



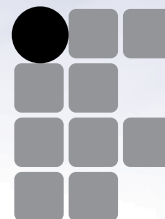
e-Tec^{rede}
Brasil

Desenvolvimento Sustentável e Agenda 21

Elaine Cristina Arantes

Adriano Stadler

Marcos Rogério Maioli



**INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ**
Educação à Distância

**Curitiba-PR
2012**

© 2012 INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA - PARANÁ -
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Este Caderno foi elaborado pelo Instituto Federal do Paraná para o Sistema Escola
Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

Prof. Irineu Mario Colombo
Reitor

Prof.ª Mara Christina Vilas Boas
Chefe de Gabinete

Prof. Ezequiel Westphal
Pró-Reitoria de Ensino - PROENS

Prof. Gilmar José Ferreira dos Santos
Pró-Reitoria de Administração - PROAD

Prof. Silvestre Labiak
**Pró-Reitoria de Extensão, Pesquisa e
Inovação - PROEPI**

Neide Alves
**Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas e
Assuntos Estudantis - PROGEPE**

Bruno Pereira Faraco
**Pró-Reitoria de Planejamento e
Desenvolvimento Institucional - PROPLAN**

Prof. José Carlos Ciccarino
Diretor Geral do Câmpus EaD

Prof. Ricardo Herrera
**Diretor de Planejamento e Administração
do Campus EaD**

Prof.ª Mércia Freire Rocha Cordeiro Machado
**Diretora de Ensino, Pesquisa e Extensão do
Câmpus EaD**

Prof.ª Cristina Maria Ayroza
**Assessora de Ensino, Pesquisa e Extensão
– DEPE/EaD**

Prof.ª Márcia Denise Gomes Machado Carlini
**Coordenadora de Ensino Médio e Técnico
do Câmpus EaD**

Prof.ª Carmen Ballão
Coordenadora do Curso

Prof. Cesar Aparecido da Silva
Vice-coordenador do curso

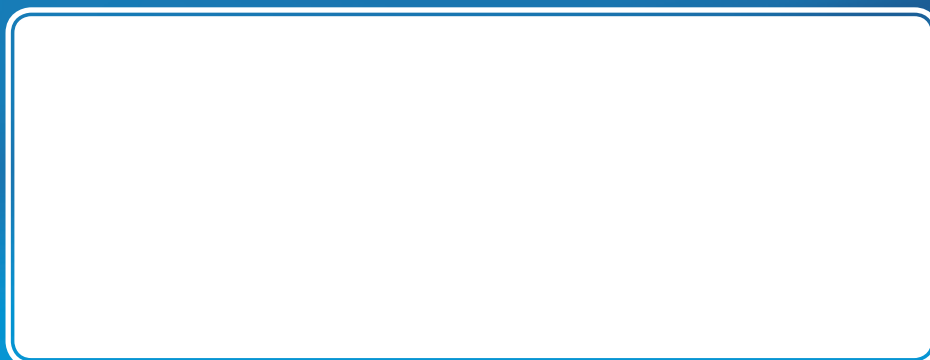
Adriana Valore de Sousa Bello
Kátia Regina Vasconcelos Ferreira
Francklin de Sá Lima
Mayara Machado Gomes Faria
Assistência Pedagógica

Prof.ª Ester dos Santos Oliveira
Prof.ª Sheila Cristina Mocellin
Prof.ª Vanessa dos Santos Stanqueviski
Prof.ª Wanderlane Gurgel do Amaral
Revisão Editorial

Paula Bonardi
Diagramação

e-Tec/MEC
Projeto Gráfico

Catálogo na fonte pela Biblioteca do Instituto Federal do Paraná



Apresentação e-Tec Brasil

Prezado estudante,

Bem-vindo ao e-Tec Brasil!

Você faz parte de uma rede nacional pública de ensino, a Escola Técnica Aberta do Brasil, instituída pelo Decreto nº 6.301, de 12 de dezembro 2007, com o objetivo de democratizar o acesso ao ensino técnico público, na modalidade a distância. O programa é resultado de uma parceria entre o Ministério da Educação, por meio das Secretarias de Educação a Distância (SEED) e de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), as universidades e escolas técnicas estaduais e federais.

A educação a distância no nosso país, de dimensões continentais e grande diversidade regional e cultural, longe de distanciar, aproxima as pessoas ao garantir acesso à educação de qualidade, e promover o fortalecimento da formação de jovens moradores de regiões distantes, geograficamente ou economicamente, dos grandes centros.

O e-Tec Brasil leva os cursos técnicos a locais distantes das instituições de ensino e para a periferia das grandes cidades, incentivando os jovens a concluir o ensino médio. Os cursos são ofertados pelas instituições públicas de ensino e o atendimento ao estudante é realizado em escolas-polo integrantes das redes públicas municipais e estaduais.

O Ministério da Educação, as instituições públicas de ensino técnico, seus servidores técnicos e professores acreditam que uma educação profissional qualificada – integradora do ensino médio e educação técnica, – é capaz de promover o cidadão com capacidades para produzir, mas também com autonomia diante das diferentes dimensões da realidade: cultural, social, familiar, esportiva, política e ética.

Nós acreditamos em você!

Desejamos sucesso na sua formação profissional!

Ministério da Educação
Janeiro de 2010

Nosso contato
etecbrasil@mec.gov.br



Indicação de ícones

Os ícones são elementos gráficos utilizados para ampliar as formas de linguagem e facilitar a organização e a leitura hipertextual.



Atenção: indica pontos de maior relevância no texto.



Saiba mais: oferece novas informações que enriquecem o assunto ou “curiosidades” e notícias recentes relacionadas ao tema estudado.



Glossário: indica a definição de um termo, palavra ou expressão utilizada no texto.



Mídias integradas: sempre que se desejar que os estudantes desenvolvam atividades empregando diferentes mídias: vídeos, filmes, jornais, ambiente AVEA e outras.



Atividades de aprendizagem: apresenta atividades em diferentes níveis de aprendizagem para que o estudante possa realizá-las e conferir o seu domínio do tema estudado.



Sumário

Palavra dos professores-autores	11
Aula 1 – Sustentabilidade	13
1.1 Conceito de sustentabilidade	13
1.2 Sustentabilidade do planeta	14
1.3 Sustentabilidade das organizações	15
Aula 2 – Desenvolvimento sustentável	17
2.1 Conceito de Desenvolvimento Sustentável	17
2.2 Discussões sobre o tema em diversos países	19
Aula 3 – Aspectos fundamentais para o desenvolvimento na visão de Ignacy Sachs	21
3.1 As contribuições de Ignacy Sachs	21
3.2 Os pilares do desenvolvimento sustentável	22
Aula 4 – Conferências mundiais sobre o meio ambiente	25
4.1 A 1ª Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano – Estocolmo 1972	25
4.2 A 2ª Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento – Rio de Janeiro 1992	27
4.3 Alguns documentos foram produzidos ao final deste encontro:	27
Aula 5 – Agenda 21	29
5.1 Agenda 21	29
Aula 6 – Agenda 21 Local	33
6.1 Agenda 21 Local	33
Aula 7 – A Carta da Terra	35
7.1 A história da iniciativa da Carta da Terra	35
7.2 Os termos da Carta da Terra	35
7.3 Ações no Brasil e no mundo	37

Aula 8 – O Pacto Global e sua repercussão mundial	39
8.1 Como surgiu o Pacto Global?	39
8.2 Adesão ao Pacto Global pelas organizações	41
Aula 9 – Responsabilidade social e ambiental	43
9.1 O que é responsabilidade social e ambiental?	43
9.2 Definição de Responsabilidade Social Corporativa	44
Aula 10 – As dimensões da Responsabilidade Social	47
10.1 Responsabilidades Sociais	47
Aula 11 – O que são e quais são os <i>stakeholders</i> de uma organização?	51
11.1 <i>Stakeholders</i>	51
11.2 Ações dos junto aos stakeholders que influenciam na mudança da cultura de uma organização	53
Aula 12 – Diversidade e a Gestão e Valorização das Diferenças entre as pessoas que atuam numa Organização	55
12.1 Promovendo e valorizando a diversidade	55
12.2 Afro-descendentes no Brasil	56
Aula 13 – Transparência e ética: pilares da responsabilidade social e ambiental	59
13.1 Conceitos de ética, moral e valores	59
Aula 14 – Virtudes necessárias ao exercício profissional ético	63
14.1 Virtudes profissionais básicas e complementares	63
14.2 Virtudes básicas	63
14.3 Virtudes complementares	64
Aula 15 – A Sustentabilidade presente na Missão, Visão e Valores Organizacionais	67
15.1 Missão, Visão e Valores	67
Aula 16 – Código de ética empresarial	71
16.1 O que é um código de ética?	71
16.2 Como se elabora um código de ética para uma organização	71

Aula 17 – Ferramentas de Gestão	75
17.1 Ferramentas de gestão de organizações sustentáveis	75
17.2 Indicadores Ethos	75
17.3 Fundação Nacional da Qualidade: MEG e PNQ	77
17.4 As normas ISO	79
Aula 18 – Investimento em ações sócio ambientais e o impacto na imagem da marca	83
18.1 Conceito de filantropia	83
18.2 O investimento social privado	84
18.3 A imagem da marca de uma organização	84
18.4 Benefícios do investimento em programas sociais e ambientais	85
18.5 Sustentabilidade gerando negócios	86
Aula 19 – Políticas brasileiras no contexto ambiental	89
19.1 Política Ambiental Brasileira	89
Aula 20 – Nossos esforços para contribuir para a sustentabilidade de nossa comunidade, das organizações e do planeta	95
20.1 Atribuição de Papéis	95
20.2 O Papel da Sociedade Civil	95
20.3 O Papel das ONGs	96
20.4 O Papel do técnico em meio ambiente	97
Referências	99
Atividades autoinstrutivas	103
Currículo dos professores-autores	125



Palavra dos professores-autores

Prezados alunos,

Este livro oferece a você subsídios para que possa refletir sobre o papel fundamental do ser humano na preservação meio ambiente para si e para as gerações futuras. Certa vez, um senhor chinês me disse: “este é o único planeta que temos para viver e para fazer negócios!”. Quanta sabedoria em tão poucas palavras! O que estamos fazendo para cuidar da terra em que pisamos e da Terra em que vivemos? Fala-se muito em sustentabilidade, mas o quanto de fato praticamos em nossas decisões cotidianas no sentido de equilibrar o respeito pelas pessoas e pelo meio ambiente na busca por retornos econômico-financeiros? Vamos tratar neste livro de conceitos fundamentais para a compreensão dos caminhos que levam as pessoas e as organizações a buscarem a sustentabilidade. A ONU – Organização das Nações Unidas tem desenvolvido papel importante neste contexto. Veremos em nosso livro quais são estes caminhos: conferências mundiais; o Pacto Global; as Metas do Milênio; Agenda 21; Carta da Terra entre outros. Responsabilidade social e ambiental é um tema sobre o qual você certamente já ouviu falar. Mas o que significam e quais ações estão sendo feitas pelas organizações para dar transparência e ética às suas relações com seus públicos de interesse? Discutiremos este tema com exemplos de programas implementados e resultados alcançados no Brasil e em outros países. Veremos também quais são as políticas brasileiras voltadas para a preservação ambiental e abordaremos uma lei norte americana que se volta para a regulação do comportamento ético de organizações de capital aberto na prestação de contas à sociedade. Como disse Peter Drucker, não existem empresas éticas, existem pessoas éticas que trabalham nas empresas. Vamos falar sobre o comportamento ético destas pessoas e sua normatização por meio de um código de ética empresarial. Falando nas pessoas que habitam este planeta, vamos tratar de sua diversidade, de sua inclusão e da filantropia necessária em situações emergenciais. Por fim, fica a questão: o que você, nosso aluno do Curso Técnico em Meio Ambiente pode fazer para promover ações que levem sua comunidade, sua organização, enfim, toda a sociedade a alcançar a sustentabilidade? Vamos responder juntos esta pergunta. Desejo a você uma ótima leitura, profundas reflexões e muitas ações!

Os autores



Aula 1 – Sustentabilidade

Nesta aula apresentaremos o conceito de sustentabilidade e de que forma este tema tão discutido em nossa sociedade impacta no dia a dia das organizações e para o futuro do planeta. Assim vamos entender qual é o papel de cada um de nós neste processo de busca pelo Desenvolvimento Sustentável.

1.1 Conceito de sustentabilidade

O princípio da sustentabilidade pode ser aplicado desde a sua casa, portanto a realidade que você melhor conhece até ao planeta inteiro, e sua aplicabilidade está diretamente relacionada com a busca do que atualmente chamamos de “ecologicamente correto, economicamente viável e socialmente justo” (embora alguns autores também indiquem o culturalmente diverso).

A busca pelo Desenvolvimento Sustentável está diretamente baseada no tripé relacionado com o social, o ambiental e o econômico o chamado *triple bottom line*.



Figura 1.1: Triple Bottom Line

Fonte: baseado em IBGE, 2004

Sustentabilidade vem do latim *sustentare* e poderia ser traduzido como sustentar, defender, conservar e cuidar. O Relatório Brundtland (1987) define que a sustentabilidade é “**suprir as necessidades da geração presente sem afetar a possibilidade das gerações futuras de suprir as suas**”.

Para Sachs (2000) a sustentabilidade é um modelo econômico, político, social, cultural e ambiental que de forma equilibrada satisfaça as necessidades das gerações atuais sem prejudicar as necessidades das gerações futuras, para tanto indica sete dimensões da sustentabilidade (elaboradas em 1976 e revisada em 2000):

1. **Sustentabilidade Social** que busca uma homogeneidade social, uma distribuição de renda justa, igualdade ao acesso aos recursos e serviços sociais, etc.
2. **Sustentabilidade Cultural** que busca um equilíbrio entre respeito a tradição e a inovação, autonomia para a elaboração de uma projeto nacional que reflita a características culturais da população, etc.
3. **Sustentabilidade Ecológica** que busca limitar o uso de recursos não renováveis e a preservação do potencial da natureza, etc.
4. **Sustentabilidade Ambiental** que busca respeitar e realçar a capacidade de renovação dos ecossistemas, etc.
5. **Sustentabilidade Territorial** que busca a melhoria do ambiente urbano, diminuição das disparidades regionais, proteção de áreas ecologicamente frágeis, etc.
6. **Sustentabilidade Econômica** que busca o desenvolvimento econômico, a segurança alimentar, a inserção soberana na econômica internacional, etc.
7. **Sustentabilidade Política (nacional e internacional)** que busca o respeito dos direitos humanos, um nível de coesão social, princípio de igualdade entre países, aplicação do Princípio de Precaução, gestão do patrimônio global como herança comum da humanidade, etc.

1.2 Sustentabilidade do planeta

Sustentabilidade está diretamente relacionada à forma como nos relacionamos com o mundo, com a natureza. Equivocadamente os seres humanos se acham superiores a todos as outras espécies com as quais dividimos este planeta e que, portanto somente as suas necessidades devem ser supridas.

A natureza sempre busca o equilíbrio e se estamos causando o desequilíbrio com o aumento da poluição, superexploração dos recursos renováveis e não renováveis, escassez de alimentos, crescimento desordenado da população, mudanças climáticas, extinção de espécies, surgimento de novas doenças, destruição de florestas, desertificação, erosão e salinização do solo, problemas de aumento da pobreza e desigualmente, entre outros problemas causados pelo uso indiscriminado da natureza pelo homem na terra.

Desenvolvimento Sustentável



Figura 1.2: Planeta Terra visto do espaço

Fonte: <http://www.lupa.facom.ufba.br>

Hoje temos o conhecimento e a capacidade de alterar o planeta e podemos fazer isto para o bem ou para o mal. Cabe a nós fazermos o melhor para o futuro, pensando não somente no hoje mas também no amanhã. Cabe a nós cobrarmos de empresas e governos o melhor para o meio ambiente, cobrando e exigindo que estas organizações contribuam para a melhoria da qualidade de vida de todos – pessoas e meio ambiente.

1.3 Sustentabilidade das organizações

Como já aprendemos, a Sustentabilidade é usufruir dos recursos hoje e manter estes recursos para serem usados novamente pelas gerações futuras. A sustentabilidade das organizações está intimamente ligada a este conceito, pois se uma organização não pensa o seu futuro e não prevê os impactos benéficos ou maléficos que causa, está fadada a não sobreviver em longo prazo.

Nos tempos atuais organizações que não respeitam o meio ambiente ou as questões sociais, por exemplo, está sujeita a ser boicotada por pessoas e empresas, pois os consumidores estão cientes da forma como as organizações conduzem seus negócios.



Leia a entrevista concedida por Ignacy Sachs ao Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. Disponível no link: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300023 acessado em 18/09/2011.

Uma organização tem como objetivo basicamente para exercer algumas funções e na grande maioria delas o objetivo principal é dar retorno sobre o capital investido e ter lucros, e como há uma interação cada vez maior entre clientes e organizações, onde estas devem indicar claramente como administram seus negócios, pois os clientes estão de olho e quando percebem que a organização não respeita leis ou o meio ambiente ou seus colaboradores, os mesmos clientes procuram ser relacionar-se com outros concorrentes, podendo ainda fazer duras críticas a organização e divulgar a ocorrência.

As organizações para assumirem suas responsabilidades com o desenvolvimento sustentável devem contribuir significativamente para a melhoria ambiental e questões sociais, ofertando serviços e produtos que reflitam este conceito e principalmente que a imagem esteja pautada em fatos que podem ser aferidos e medidos com indicadores já testados e utilizados por outras organizações.

Resumo

Em nossa primeira aula apresentamos os conceitos referentes a sustentabilidade, sustentabilidade no planeta e nas organizações. Conhecemos o autor Ignacy Sachs que é uma das principais autoridades em relação ao meio ambiente no mundo acadêmico.



Atividades de aprendizagem

- Procure descobrir quais os impactos que o seu meio de vida causa no meio ambiente e verifique a possibilidade de tentar minimizar estes impactos.

Aula 2 – Desenvolvimento sustentável

Nesta aula apresentaremos o histórico e os principais conceitos de Desenvolvimento Sustentável e sua forma de atuação nas organizações, desta forma será possível compreender como este termo afeta as organizações que atuam diretamente com atividades impactantes no meio ambiente.

2.1 Conceito de Desenvolvimento Sustentável

O desenvolvimento sustentável é um assunto que não faz parte apenas do cotidiano das empresas que utilizam recursos naturais nos seus processos produtivos. A partir das últimas décadas, este assunto se tornou tão relevante na sociedade, que até empresas de pequeno porte ou aquelas que não produzem resíduos que geram poluição em grande escala também aderiram à esta tendência.

Assim podemos verificar que este assunto não é muito antigo no ambiente empresarial, pois apenas em 1973 Maurice Strong menciona o termo “eco-desenvolvimento”, que foi definido como “Desenvolvimento endógeno e dependente de suas próprias forças, tendo por objetivo responder à problemática da harmonização dos objetivos sociais e econômicos do desenvolvimento com uma gestão ecologicamente prudente dos recursos e do meio”.

Já na década de 1980 a União Internacional para a Conservação da Natureza divulgou um relatório chamado “A Estratégia Global para a Conservação” onde indicou pela 1ª vez a definição para Desenvolvimento Sustentável.

Desta forma surge um dos conceitos mais aceitos de DS mais aceitos até hoje, o qual foi apresentado por Gro Brundtland (1987) no Relatório “O Nosso Futuro em Comum” da **Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento** (CMMAD), mais conhecido como Relatório Brundtland para o Desenvolvimento Sustentável.

“O processo de desenvolvimento que permite às gerações atuais satisfazerem as suas necessidades sem colocar em perigo a satisfação das necessidades das gerações futuras”.



Figura 2.1: Gro Brundtland

Fonte: <http://www.riosvivos.org.br>

O Relatório definiu que o desenvolvimento sustentável é aquele que “procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico

e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os *habitats* naturais.”

O relatório é o resultado de longos debates e vieram fazer frente a inúmeras pesquisas realizadas por diversas organizações como é o caso do Clube de Roma que foi fundado em 1968 e reúne pessoas que possuem grande importância em diversos países buscando um crescimento econômico e sustentável para todos.

Mas, para podermos situar você até este Relatório é melhor indicar que existem uma série de eventos, pesquisas, livros e debates que ocorreram anteriormente a sua publicação e que contribuíram para o debate do tema.

O Clube de Roma juntamente com o *MIT – Massachusetts Institute of Technology* publicaram um relatório conhecido com *Os Limites do Crescimento* em 1972 onde eram expostos os resultados de projeções sobre os impactos causados pelo consumo humano de forma exagerada.

Em 1972 também é realizada em Estocolmo – Suécia a 1ª Conferência sobre o Ambiente Humano das Nações Unidas, onde foi discutido pela primeira vez em escala mundial as preocupações ambientais.

Você já ouviu falar sobre a Rio 92? Então, a partir da década de 90 tivemos a 2ª Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento na qual 178 países debateram a questão ambiental, que tiveram como resultado final uma série de convenções e tratados acerca da questão ambiental.

Uma delas foi o Protocolo de Kyoto resultante de uma conferência sobre mudanças climáticas assinado no Japão em 1997, no qual estabeleceu-se que os países industrializados deveriam reduzir a emissão de gás carbônico com o intuito de diminuir a ação do efeito estufa. Este protocolo não foi aceito pelos Estados Unidos, o qual é responsável pela emissão de 35% dos poluentes mundiais.

O desenvolvimento sustentável é buscado de diferentes formas por países de todo o mundo, como, por exemplo, o acordo procurando diminuir suas emissões de gás carbônico com a assinatura do **Protocolo de Kyoto que é** “um acordo internacional criado no âmbito da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, aprovado na cidade de Quioto, no Japão, em 1997 e que entrou em vigor em 16 de fevereiro de 2005. Seu principal objetivo é estabilizar a emissão de gases de efeito estufa (GEE) na atmosfera e assim frear o aquecimento global e seus possíveis impactos. Ao todo, 184 países ratificaram o tratado até o momento.” Fonte: Brasil, (2012) disponível em <http://www.brasil.gov.br/cop/panorama/o-que-esta-em-jogo/protocolo-de-kioto>

2.2 Discussões sobre o tema em diversos países

A Terra é o único lar que conhecemos e pelo avanço da tecnologia ainda será o mesmo nas próximas décadas, não tendo para onde ir a curto e médio prazo cabe à humanidade reconhecer que o nosso planeta é extremamente frágil e deve ser preservado em sua totalidade a qualquer preço.

A busca pela sustentabilidade é a opção para que possamos manter o crescimento econômico, proteger o meio ambiente e respeitar a justiça social.



Figura 2.2 : Floresta Amazônica

Fonte: <http://interativo3a.wordpress.com>

E finalmente para controlar a manipulação de organismos vivos pela biotecnologia foi criado o **Protocolo de Cartagena**, que o Governo Brasileiro promulga o Protocolo de Cartagena sobre Biossegurança da Convenção sobre Diversidade Biológica por meio do Decreto Nº 5.705, de 16 de fevereiro de 2006. Estes temas serão debatidos em nossas próximas aulas.



Protocolo de Kyoto

- Compromete a uma série de nações industrializadas (Anexo B do Protocolo) a reduzir suas emissões em 5,2% - em relação aos níveis de 1990 – para o período de 2008 – 2012. Esses países devem mostrar “um progresso visível” no ano de 2005, ainda que não se tenha chegado à um acordo sobre o significado desse item.
- Estabelece 3 “mecanismos de flexibilidade” que permitem à esses países cumprir com as exigências de redução de emissões, fora de seus territórios. Dois desses mecanismos correspondem somente a países do Anexo B: a Implementação Conjunta (*Joint Implementation*) e o Comércio de Emissões (*Emission Trading*); o terceiro, o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo-MDL (*Clean Development Mechanism*), permite atividades entre o Norte e o Sul, com o objetivo de apoiar o desenvolvimento sustentável. Espera-se que os distintos “crédito de carbono”, destinados a obter reduções dentro de cada item, serão comercializados entre países de um mesmo mercado de carbono. As negociações acerca dos detalhes, incluindo a forma em que se distribuirão os benefícios, estão em andamento.

Fonte: http://www.greenpeace.org.br/clima/pdf/protocolo_kyoto.pdf

Assim podemos compreender que a questão ambiental é um assunto que deve ser discutido por toda a sociedade, de modo especial, as empresas que utilizam ou não os recursos naturais, fato é que cada uma delas pode contribuir para minimizar impactos ou para potencializar ações de sensibilização para o tema.

Resumo

Nesta aula apresentamos definições de desenvolvimento sustentável que foi resultado de muita pesquisa e debates entre inúmeros órgãos internacionais até uma definição que abrangesse a atingisse a todos os diferentes públicos existentes.



Atividades de aprendizagem

- Quais são as ações desenvolvidas por empresas que você conhece que são indicativas do desenvolvimento sustentável?



Leia o livro Organizações e Desenvolvimento Sustentável de Adriano Stadler e Marcos Rogério Maioli, nesta obra apresentamos de que forma as empresas devem buscar lucros por meio de práticas sustentáveis.



Livro: Organizações e Desenvolvimento Sustentável - Editora IBPEx.

[illegible]

Aula 3 – Aspectos fundamentais para o desenvolvimento na visão de Ignacy Sachs

Nesta aula vamos conhecer qual foi a contribuição de Ignacy Sachs para a busca do desenvolvimento sustentável das organizações, assim poderemos compreender como os técnicos em meio ambiente poderão atuar em suas organizações buscando o desenvolvimento sustentado dos negócios e meio ambiente.

3.1 As contribuições de Ignacy Sachs

Ignacy Sachs nasceu na Polônia e viveu algum tempo no Brasil, Índia e atualmente é cidadão francês, onde desenvolve pesquisas para países em desenvolvimento, sendo um estudioso de questões ambientais, dedicando sua vida para explorar os conceitos de ecodesenvolvimento.

De acordo com Stadler e Maioli (2011) Sachs assessorou na Conferência de Estocolmo de 1972 e a Rio 92, e alguns dos principais conceitos com o tema de sustentabilidade que estão baseadas nos seguintes itens:

1. A satisfação das necessidades básicas;
2. A solidariedade com as gerações futuras;
3. A participação da população envolvida;
4. A preservação dos recursos naturais e do meio ambiente em geral;
5. A elaboração de um sistema social garantindo emprego, segurança social e respeito a outras culturas;
6. Programas de educação.

Vocês podem perceber que a visão de sustentabilidade vai muito além de conservar os recursos naturais, a própria ideia de sustentabilidade defendida por Sachs envolve as necessidades básicas destas populações, com foco nas gerações futuras e a partir destas demandas é que se torna urgente a conservação dos recursos naturais, envolvendo toda a população no planejamento e na gestão dos recursos naturais e sociais.

Desta forma podemos perceber que, tanto a governo, empresas, quanto a sociedade civil organizada, deve se envolver na defesa das causas sociais e ambientais em busca de uma sociedade mais justa, ética e consciente das limitações impostas pelo uso predatório dos recursos naturais em nossos dias.

3.2 Os pilares do desenvolvimento sustentável

Conforme já vimos anteriormente o Desenvolvimento Sustentável é indicado que supra os três pilares que se refletem na atividade econômica, no meio ambiente e no bem estar social.

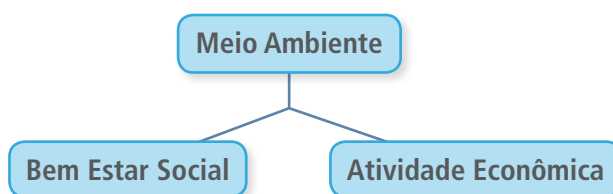


Figura 3.1: Os pilares da sustentabilidade

Fonte: Stadler e Maioli (2011)

De acordo com Stadler e Maioli (2011 p.111), esta figura nos mostra que os negócios de uma empresa não devem se basear somente em função da questão econômica, mas também no bem estar social e meio ambiente, porém não podemos esquecer que sem a lucratividade da empresa, as demais áreas não serão contempladas.

Outro fundamento é a promoção do bem estar social, que acontece com a geração de emprego e renda, pagamento de impostos e apoio a instituições que promovem o os direitos sociais e ambientais. A questão ambiental deve ser utilizada nas tomadas de decisão empresarial no que diz respeito à utilização de energia limpa, destinação consciente de resíduos industriais, utilização de matéria prima com certificações de procedência, busca por canais de distribuição menos poluidores, incentivos ao consumo consciente dentre outros.

Cabe aos profissionais do meio ambiente, dominar os conceitos propostos no tripé da sustentabilidade, que nada mais é do que utilizar de todos estes conhecimentos de maneira consciente, respeitando as particularidades do seu negócio.

E aqui surge um tema que vamos conhecer mais profundamente em nossa aula 11, os stakeholders. O gerenciamento dos *stakeholders* (clientes, con-

correntes, fornecedores, funcionários, acionistas, agências reguladoras, etc.) significa tomar decisões levando em conta os interesses de todos os envolvidos com o negócio, isso significa privilegiar o bem estar social dos funcionários, optar por fornecedores idôneos e que tenham políticas sustentáveis de produção e que utilizem práticas sustentáveis de distribuição e descarte dos resíduos, privilegiando a **logística reversa** nos seus processos de produção, significa de forma mais ampla levar até aos consumidores, produtos que não agredam a saúde e a integridade de quem os consome.

Gerenciar um negócio buscando a sustentabilidade é pensar nas pessoas e na natureza, pois as pessoas são os seres mais importantes no processo da sustentabilidade ambiental, afinal de contas as gerações futuras precisarão dos recursos que atualmente já estão se tornando escassos, como a água. Assim gerenciar estrategicamente o DS é inserir no planejamento estratégico e tático de uma empresa a temática ambiental.

E mais do que isso, o DS deve refletir sobre ações que possam ser desenvolvidas na nossa empresa em formas de programas aplicados em todos os níveis hierárquicos, envolvendo desde os níveis de presidência e diretoria, passando por níveis de gerência e supervisão e abrangendo também os colaboradores de base da organização, pois é com eles e para eles que o DS deve apresentar resultados positivos, eficazes e duradouros.

3.2.1 Concluindo as ideias de Sachs

A busca pela **sustentabilidade ambiental** passa pelo uso e conservação do meio ambiente para manter a vida humana e de todos os demais seres vivos, buscando integrar princípios ambientais na formulação de políticas e programas governamentais, buscando reduzir a perda da biodiversidade, melhorar o acesso a água potável e ao saneamento, diminuir significativamente o número de pessoas que vivem abaixo do limite de pobreza.

A busca pela **sustentabilidade econômica** procura além do lucro que as organizações incluam conceitos ambientais e sociais como metas a serem cumpridas e buscam gerenciar seus recursos de forma mais eficiente e diminuindo os impactos causados pelos negócios fim da organização.

A busca pela **sustentabilidade social** procura administrar um equilíbrio entre as vertentes econômicas e sociais, desenvolvendo de forma equânime a sensatez e a compreensão das diferenças existentes entre a atividade fim da organização e os impactos gerados na sociedade.

A-Z

Logística Reversa

É o planejamento do fluxo dos materiais e embalagens do local de consumo final até o local de origem.

<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/logistica-reversa-e-desenvolvimento-sustentavel/43020/>



Conheça melhor a história de Ignacy Sachs lendo a entrevista realizada do programa Reporter Eco da TV Cultura.

Ignacy Sachs- o economista e sociólogo que ajudou a formular o conceito que passou a ser chamado de Desenvolvimento Sustentável.

Nascido na Polônia, em 1927, Ignacy Sachs chegou ao Brasil como refugiado da Segunda Guerra Mundial. Viveu e estudou no Rio de Janeiro, antes de iniciar uma carreira internacional. Trabalhou na organização da Primeira Conferência de Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU, a Estocolmo-72 realizada na Suécia, e na Cúpula da Terra, a inesquecível Rio-92. No início dos anos 70, Ignacy ajudou a definir o conceito de ecodesenvolvimento que tempos depois passou a ser chamado de desenvolvimento sustentável.

A palavra foi inventada pelo secretário das duas conferências de Estocolmo e do Rio, Maurice Strong. E eu fui encarregado de botar isso mais organizado e foi assim que começou. Podemos dizer que o desenvolvimento é a universalização efetiva do conjunto dos direitos humanos, por direitos humanos eu entendo não só os direitos cívicos, mas eu entendo direitos econômicos, culturais, sociais e todo conjunto de direitos coletivos.”

Ignacy acha que o desenvolvimento sustentável deve ser socialmente incluyente, ou seja, acabar com a exclusão social, deve distribuir riquezas, conservar e garantir os recursos naturais para esta e as futuras gerações. “Não podemos abandonar o crescimento, enquanto houver as desigualdades sociais que existem no mundo. Por outro lado se não tomarmos cuidados com o que fazemos vamos destruir o planeta.”

Fonte: <http://www2.tvcultura.com.br/reportereco/materia.asp?materiaid=516>

Resumo

Nesta aula foi possível conhecer Ignacy Sachs e suas ideias sobre o desenvolvimento sustentável, de modo especial os pilares da sustentabilidade que são ambiental, social e econômico, assim podemos trazer para nosso dia a dia profissional estes conceitos e aplicar da melhor forma possível.



Atividades de aprendizagem

- Elabore sua própria definição de Desenvolvimento Sustentável e escreva como as empresas podem se beneficiar desta tendência nas organizações.

Aula 4 – Conferências mundiais sobre o meio ambiente

Como vimos na aula anterior, a ONU tem um papel fundamental na provocação e condução das discussões sobre questões sociais. Além disso, tem convidado organizações e governos para a reflexão e ação sobre estes temas. Em dois momentos importantes, a ONU promoveu conferências cuja repercussão é percebida até hoje e certamente se refletirá nas próximas décadas, reforçadas por outros encontros que virão. Nesta nossa aula, vamos compreender a importância da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em 1972, em Estocolmo, na Suécia e a Conferência sobre o meio Ambiente e Desenvolvimento que ocorreu no Rio de Janeiro, em 1992.

4.1 A 1ª Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano – Estocolmo 1972

Representantes de 113 países, 250 Organizações Não Governamentais e da ONU se reuniram na Suécia para discutir a degradação provocada no planeta pela ação humana. As diferentes perspectivas dos países desenvolvidos e daqueles em desenvolvimento marcaram as discussões durante o evento promovido pela ONU, em Estocolmo na Suécia.

Se por um lado os países desenvolvidos estavam preocupados com a devastação do meio ambiente no planeta, os países em desenvolvimento buscavam soluções para problemas básicos de sobrevivência como a falta de alimentos suficientes para todos; falta de saneamento básico provocando doenças graves em grandes populações; falta de moradia, etc.

Como resultado das discussões deste evento, foi redigida a Declaração sobre o Meio Ambiente Humano que você encontra na íntegra no *link* <http://www.educacaoambiental.pro.br/victor/unidades/DeclaraAmbienteHumano.pdf>

Princípios da Declaração de Estocolmo

1. Deve-se defender os direitos humanos devem ser defendidos e condenar o *apartheid* o e o colonialismo.
2. Os recursos naturais devem ser preservados.
3. A capacidade da Terra de produzir recursos renováveis deve ser mantida.
4. A fauna e a flora silvestres devem ser preservadas.
5. Os recursos não-renováveis devem ser compartilhados, não esgotados.
6. A poluição não deve exceder a capacidade do meio ambiente de neutralizá-la.
7. A poluição danosa aos oceanos deve ser evitada.
8. O desenvolvimento é necessário à melhoria do meio ambiente.
9. Os países em desenvolvimento requerem ajuda.
10. Os países em desenvolvimento necessitam de preços justos para suas exportações, para que realizem a gestão do meio ambiente.
11. As políticas ambientais não devem comprometer o desenvolvimento.
12. Os países em desenvolvimento necessitam de recursos para desenvolver medidas de proteção ambiental.
13. É necessário estabelecer um planejamento integrado para o desenvolvimento.
14. Um planejamento racional deve resolver conflitos entre meio ambiente e desenvolvimento.
15. Assentamentos humanos devem ser planejados de forma a eliminar problemas ambientais.
16. Os governos devem planejar suas próprias políticas populacionais de maneira adequada.
17. As instituições nacionais devem planejar o desenvolvimento dos recursos naturais dos Estados.
18. A ciência e a tecnologia devem ser usadas para melhorar o meio ambiente.
19. A educação ambiental é essencial.
20. Deve-se promover pesquisas ambientais, principalmente em países em desenvolvimento.
21. Os Estados podem explorar seus recursos como quiserem, desde que não causem danos a outros.
22. Devem ser indenizados os Estados que sofrerem danos dessa forma
23. Cada país deve estabelecer suas próprias normas.
24. Deve haver cooperação em questões internacionais.
25. Organizações internacionais devem ajudar a melhorar o meio ambiente.
26. Armas de destruição em massa devem ser eliminadas.

Fonte: <http://www.educacaoambiental.pro.br/victor/unidades/DeclaraAmbienteHumano.pdf>

Esta conferência foi extremamente importante, pois conseguiu congregiar um assunto relevante como o meio ambiente no palco de debate internacional, indicando posições a serem levadas em conta por diferentes pessoas ao redor do planeta.

4.2 A 2ª Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento – Rio de Janeiro 1992

Também conhecida como Cúpula da Terra, Eco 92 ou Rio 92, esta conferência reuniu no Rio de Janeiro 108 chefes de Estado para discutir a preservação dos recursos naturais de nosso planeta bem como as enormes discrepâncias que existem entre os hemisférios norte e sul, em termos de desenvolvimento.

Você deve estar se perguntando: mas isso já não havia sido discutido em Estocolmo, 20 anos antes desta conferência? O que mudou desde a 1ª Conferência da ONU? A conferência de Estocolmo lançou as bases para a discussão sobre estes temas diante da situação em que o planeta se encontrava e nas perspectivas para seu futuro.

Em 1992, os participantes tinham como objetivo trazer para a mesa de discussão um modelo de desenvolvimento econômico que considerasse a escassez de recursos além do desenvolvimento sustentável necessário para o crescimento equilibrado dos países.

4.3 Alguns documentos foram produzidos ao final deste encontro:

- **Convenção de clima** – 153 países assinaram este termo (incluindo os EUA) que promovia o compromisso com a redução dos gases responsáveis pelo aquecimento de nosso planeta.
- **Convenção da biodiversidade** – Este documento não foi assinado pelos EUA. O acordo previa a proteção de espécies da fauna no planeta, bem como o acesso pago às fontes de biodiversidade (como a Amazônia!) e, por fim, a transferência da tecnologia e o reconhecimento de patentes provenientes do descobrimento feito a partir das espécies existentes na biodiversidade de nosso planeta.
- **Declaração do Rio** – Esta declaração é para o meio ambiente o que foi para a Humanidade a Declaração Universal dos Direitos do Homem.
- **Agenda 21** – Documento que veremos em detalhes na próxima aula, pois apresenta recomendações para a implementação da sustentabilidade.



Acesse o *site* e conheça um resumo sobre as principais conferências mundiais sobre o meio ambiente e os documentos que elas geraram
http://www.ecclesia.com.br/biblioteca/fe_e_meio_ambiente/principais_conferencias_internacionais_sobre_o_meio_ambiente_e_documentos_resultantes.html

Resumo

Nesta aula, vimos o conteúdo das duas conferências organizadas pela ONU para a discussão de temas voltados para a preservação do meio ambiente em nosso planeta, a desigualdade entre os hemisférios norte e sul no que diz respeito ao desenvolvimento dos países e os documentos que foram propostos ao final de cada um destes encontros.



Atividades de aprendizagem

- Pesquise sobre o Protocolo de Kyoto e reflita sobre seus impactos em relação ao desenvolvimento econômico dos países.

[illegible]

Aula 5 – Agenda 21

A Agenda 21 é o resultado mais emblemático da 2ª Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, procura desenvolver a sustentabilidade em uma escala global, buscando minimizar os impactos gerados por nossa maneira de viver.

5.1 Agenda 21

A Agenda 21 é resultado diplomático mais relevante da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente a Rio 92, depois de inúmeros debates entre todos os países membros das Nações Unidas, com revisões, acordos, consultas populares e recomendações de inúmeros participantes oriundos de ONGs – Organizações Não Governamentais, governos, empresas, sindicatos e da população em geral foi aprovado por 179 países membros e vem sendo ratificados por todos os países que acolheram o programa.

Agenda 21 é uma relação de compromissos que se pretende que sejam atingidos e adotados pelos países membros das Nações Unidas no século XXI, indicando compromissos que devem ser cumpridos no curto, médio e longo prazo.

O planejamento adequado para a produção e o consumo sustentável, buscando criar uma nova cultura que evite o desperdício de materiais e recursos é a meta desta ação implementada pelas Nações Unidas com a sustentabilidade, e que pode ser aplicada em muitos aspectos da vida cotidiana de pessoas e governos.

Contem uma série de programas com ações relacionadas com a melhoria do desenvolvimento econômico, social e ambiental para que sejam referencia em todo o planeta no século XXI, buscando modificar as formas existentes de produção e consumo.

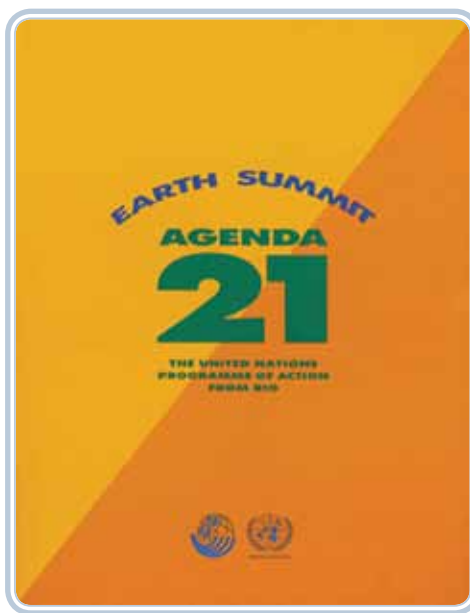


Figura 5.1: Agenda 21

Fonte: <http://www.un.org>

A Agenda 21 Global é extremamente abrangente, em seus 40 capítulos e 4 seções contempla temas que correlacionam inúmeros parâmetros que devem ser levando em conta na elaboração de políticas públicas. Servindo como indicador para o planejamento de ações de cunho local em todos os setores da sociedade, fornecendo possíveis soluções para que governos, empresas e organizações não governamentais busquem a sustentabilidade em diferentes locais existentes, e principalmente que levem em conta as particularidades locais.

Reinterpreta o termo progresso e busca influenciar as políticas públicas com a participação do cidadão comum, que tem a possibilidade da utilização deste instrumento como forma de ver seus direitos e reivindicações atendidos e contemplados em programas, projetos e ações desenvolvidas pelos países, estados e municípios.

Depois de 5 anos na Conferencia Rio+5 em 1997 realizada em Nova Iorque (EUA), foram adequados alguns pontos que estavam gerando controvérsias e foi proposto uma agenda complementar chamada de Objetivos do Milênio que tem como objetivos mudar a realidade de milhões de pessoas e atingir a todos os países do mundo até 2015.

Atuando de forma direta na implementação de políticas públicas que contemplem programas e ações que possam combater alguns dos principais problemas que atingem a população mundial. Tem como metas:

1. Acabar com a fome e a miséria
2. Educação básica de qualidade para todos
3. Igualdade entre sexos e valorização da mulher
4. Reduzir a mortalidade infantil
5. Melhorar a saúde das gestantes
6. Combater a AIDS, a Malária e outras doenças
7. Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente.
8. Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento



Figura 5.2: 8 formas de mudar o mundo

Fonte: www.portaldm.com.br

Resumo

A Agenda 21 nasceu da necessidade de pensarmos uma mudança na forma de agir da humanidade, buscando comprometer a governos e população em geral com uma série de metas para o século XXI que podem alterar nosso meio de vida e torna-lo mais sustentável.



No link <http://www.agenda21local.com.br/> você tem mais informações sobre a Agenda 21 Local por meio de experiências e exemplos de ações desenvolvidas

Atividades de aprendizagem

- Pesquise as ações que são realizadas em empresas de sua cidade que estão voltadas para a Agenda 21. Observe que muitas vezes, as organizações implementam ações, mas não as vinculam a programas nacionais e internacionais voltados para o desenvolvimento sustentável e para a sustentabilidade. Isso acontece nas empresas que você conhece?



Aula 6 – Agenda 21 Local

Nesta aula vamos aprender um pouco sobre a implementação de uma agenda 21 local, usando como base o caso brasileiro e explicar a importante e relevância da participação de diferentes grupos sociais.

6.1 Agenda 21 Local

A Agenda 21 Local é o objetivo final, fazer com que as autoridades que estão junto a população mais necessitada de ser contemplada com ações e programas, realmente tenham acesso ao que é oferecido.

Para Stadler e Maioli (2011 p.114)

A implantação da Agenda 21 no Brasil passou por uma série de ações que buscavam resgatar a forma do país se auto-organizar. Começou com uma ampla discussão na sociedade civil onde se fez entrevistas com 40 mil brasileiros e contemplou a participação dos excluídos e aqueles que possuem o poder no Brasil, onde através do debate foram propostos soluções para o futuro sustentável de todos visando contribuir para a criação de um novo modelo de desenvolvimento mundial.

A Agenda 21 somente funciona se tiver a parceria de diversos e diversificados setores da comunidade em que está inserida, pois precisa da contribuição de todos para a implantação da sustentabilidade que visa melhorar a qualidade de vida de pessoas e meio ambiente e a equidade no bem estar social.

No caso brasileiro o impacto da Agenda 21 foi sentido principalmente no desenvolvimento de programas governamentais de inclusão social, educação, saúde, distribuição de renda, sustentabilidade e preservação de recursos naturais, ética.

As principais políticas estão promovendo o acesso aos brasileiros a universidades públicas e privadas com a criação de políticas de cotas e financiamento estudantil, farmácia popular, campanhas de vacinação, combate a endemias, saúde da mulher, programas de acesso a renda (Brasil sem miséria, Bolsa Família, Segurança Alimentar), Boas Práticas de Educação Ambiental na Agricultura Familiar.



Brasil alcança metas dos ODM

A última análise feita pelo sistema de monitoramento dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) aponta que o Brasil já alcançou 4 das 8 metas previstas para concretizar ações e políticas públicas para tornar o mundo mais justo. De acordo com dados, até janeiro deste ano o Brasil avançou com as seguintes metas: **1. Reduzir com a fome e a miséria; 2. Oferecer educação básica de qualidade para todos; 3. Igualdade entre sexos e valorização da mulher e 6. Combate a AIDS, Malária e outras doenças.**

Outras quatro metas – 4. Redução da mortalidade infantil; 5. Melhorar a saúde das gestantes; 7. Qualidade de vida e meio ambiente e 8. Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento – estão, segundo o monitoramento, “na faixa para serem atingidas”. Dados do monitoramento mostram que, além da medição dos indicadores, os relatórios também “incluem uma apresentação das mais importantes políticas públicas e análise sobre a perspectiva de realização”. “No entanto, os desafios continuam a ser importantes, principalmente devido ao grande nível de desigualdade e disparidade na sociedade brasileira e entre regiões geográficas. Desigualdade de renda tem vindo a diminuir desde 2001 e atingiu o seu nível mais baixo em 2005”, ressalta o relatório. (...)

Fonte: <http://www.fomezero.gov.br>

Estes são alguns dos programas do governo federal que são citados, mas existem inúmeros outros que são desenvolvidos por governos estaduais e municipais por todo o Brasil.

Resumo

Nesta aula apresentamos a Agenda 21 global e local, explicamos sua relevância e forma de atuação, complementamos apresentando as 8 metas do milênio a serem cumpridas por países, estados e municípios.



Atividades de aprendizagem

- Entre no site www.portalodm.com.br e pesquise o seu município e se as metas estão sendo atingidas. Depois poste no Fórum os dados do seu município e o que está sendo feito para melhorar a qualidade de vida de todos.

[illegible]

Aula 7 – A Carta da Terra

Um dos temas que vamos estudar neste livro é a ética e vamos começar desde já, falando sobre uma ética global conduzindo as pessoas a escolherem caminhos para suas atividades que não comprometam a saúde do nosso planeta. Em 2000, uma comissão formada por pessoas de diversas organizações em vários países e instituída para refletir sobre o desenvolvimento sustentável apresentou um documento conhecido como Carta da Terra, destinada a todos os povos. Vamos compreender o que isto significa e qual o nosso papel.

7.1 A história da iniciativa da Carta da Terra

Como vimos, em 1987 a Comissão Brundtland recomenda que se estabeleça os princípios para o desenvolvimento sustentável, no planeta e em 1994, o presidente da ONG Cruz Verde Internacional, o conhecido Mikhail Gorbachev juntamente com Maurice Strong, presidente do Conselho da Terra e com o apoio financeiro do governo holandês, lançam a iniciativa da redação da Carta da Terra. Em 1997, representantes de 45 países trabalhavam nas discussões para a elaboração de um texto que pudesse ser utilizado também como ferramenta educacional. Lançada em 2000 e traduzida para 40 idiomas, a Carta da Terra já recebeu adesões de mais de 4.600 organizações, entre elas a UNESCO.

A legitimidade deste documento se dá na medida em que é fruto de um diálogo promovido entre diferentes culturas, promovendo a diversidade de percepções e opiniões, sendo reconhecida como um guia ético que sirva “como padrão comum, através dos quais a conduta de todos os indivíduos, organizações, governos e instituições transnacionais será dirigida e avaliada” (Preâmbulo da Carta da Terra).

7.2 Os termos da Carta da Terra

Este documento inicia-se com um Preâmbulo e com 4 textos intitulados: Terra, nosso lar; A situação global; Desafios futuros; e Responsabilidade Universal. Depois de apresentados os 16 princípios, divididos em 4 grupos, a Carta da Terra encerra seu texto com um olhar para o futuro: O caminho adiante.

Os 16 princípios da carta da terra

Respeitar e cuidar da comunidade de vida

1. Respeitar a Terra e a vida em toda sua diversidade
2. Cuidar da comunidade da vida com compreensão, compaixão e amor
3. Construir sociedades democráticas que sejam justas, participativas, sustentáveis e pacíficas.
4. Assegurar a generosidade e a beleza da Terra para as atuais e às futuras gerações.

Integridade ecológica

5. Proteger e restaurar a integridade dos sistemas ecológicos da Terra, com especial atenção à diversidade biológica e aos processos naturais que sustentam a vida.
6. Prevenir o dano ao ambiente como o melhor método de proteção ambiental e, quando o conhecimento for limitado, assumir uma postura de precaução.
7. Adotar padrões de produção, consumo e reprodução que protejam as capacidades regenerativas da Terra, os direitos humanos e o bem-estar comunitário.
8. Avançar o estudo da sustentabilidade ecológica e promover o intercâmbio aberto e aplicação ampla do conhecimento adquirido
9. Erradicar a pobreza como um imperativo ético, social e ambiental.
10. Garantir que as atividades e instituições econômicas em todos os níveis promovam o desenvolvimento humano de forma equitativa e sustentável.
11. Afirmar a igualdade e a equidade dos gêneros como pré-requisitos para o desenvolvimento sustentável e assegurar o acesso universal à educação, assistência de saúde e às oportunidades econômicas.
12. Defender, sem discriminação, os direitos de todas as pessoas a um ambiente natural e social capaz de assegurar a dignidade humana, a saúde corporal e o bem-estar espiritual, com especial atenção aos direitos dos povos indígenas e minorias.

Democracia, não-violência e paz

13. Fortalecer as instituições democráticas em todos os níveis e prover transparência e responsabilização no exercício do governo, participação inclusiva na tomada de decisões e acesso à justiça.
14. Integrar, na educação formal e na aprendizagem ao longo da vida, os conhecimentos, valores e habilidades necessárias para um modo de vida sustentável.
15. Tratar todos os seres vivos com respeito e consideração
16. Promover uma cultura de tolerância, não-violência e paz.

Disponível em: www.cartadaterrabrasil.org/prt/text.html. Acesso em: 21/05/2012

Trata-se de um relevante documento que direciona as ações a serem desenvolvidas para a tomada de decisões no desenvolvimento de políticas públicas, e no desenvolvimento de novas formas de produção com as organizações.

7.3 Ações no Brasil e no mundo

A gestão sustentável passa pela preservação dos recursos naturais que estão à disposição do homem, mas que, por serem escassos exigem um comprometimento no sentido de sua renovação. Os gestores das organizações, sejam elas públicas ou privadas, em todas as partes do planeta são alertados por documentos como a Carta da Terra no sentido de respeitar princípios de convivência entre as pessoas e com a natureza.

Vamos conhecer algumas ações que estão sendo desenvolvidas no Brasil e em outros países para contribuir com o processo de conscientização global para a geração de uma sociedade sustentável.

Brasil

O Ministério do Meio Ambiente do Brasil participa ativamente das discussões propostas pelo Conselho da Carta da Terra.

Holanda

Assista ao vídeo disponível em <http://www.cartadaterrabrasil.com.br/blog/?p=19> acessado em 21/09/2011 preparado por um grupo da Holanda sobre mudanças climáticas. Depois de assistir ao vídeo, entre novamente no *link* e coloque seu comentário, você verá que outras pessoas em diferentes países entrarão em contato. Desta maneira, forma-se uma rede sustentável cujas reflexões podem gerar contribuições para as discussões propostas em conferências mundiais.

No mundo

Ao acessar o *link* <http://www.earthcharterinaction.org/contenido/> consultado em 21/09/2011, você conhece as iniciativas de diversos países para participar das ações propostas por diferentes organizações no Brasil e em outros países.



Leia mais sobre a Carta da Terra acessando o *link* <http://www.cartadaterrabrasil.org/prt/text.html> consultado em 18/09/2011.

Resumo

Nesta aula conhecemos uma das iniciativas fruto das conferências mundiais sobre o meio ambiente: a Carta da Terra, composta por 16 princípios divididos em 4 grandes grupos. Este documento oferece diretrizes para o comportamento sustentável das pessoas e organizações em nosso planeta no sentido de promover a geração de uma sociedade justa que preserve o meio ambiente para as próximas gerações. Vimos também que em todo o mundo são organizados movimentos no sentido de disseminar o conteúdo da Carta da Terra.



- [illegible]

Aula 8 – O Pacto Global e sua repercussão mundial

Veremos nesta aula que o Pacto Global é mais uma das iniciativas promovidas pela ONU para mobilizar a comunidade empresarial internacional no sentido de um comportamento ético e transparente em suas decisões de negócio, respeitando as pessoas e o meio ambiente. Além das empresas, também aderiram a este pacto: sindicatos, ONGs, instituições de ensino, entre outros. Contando atualmente com cerca de 7000 signatários, o Pacto Global articula-se em 150 redes, em diferentes países.

8.1 Como surgiu o Pacto Global?

Surgiu como uma sugestão das Nações Unidas para buscar com que empresas passem a desenvolver políticas de responsabilidade social corporativa, de sustentabilidade, meio ambiente, respeito aos direitos humanos, combate a corrupção, indicando maneira de empresas a adotarem o diálogo como norma de desenvolverem ações juntamente com outros parceiros como sindicatos, ONGs, etc.

É um pacto de livre adesão, onde o signatário assume voluntariamente um compromisso de implementar dez princípios na forma de conduzir seus negócios, estes princípios utilizam como base a Declaração Universal dos Direitos Humanos, Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e a Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção.



Figura 8.1 Pacto Global: Iniciativa do secretário geral da ONU, Kofi Annan, anunciada em 1999.

Fonte: <http://top-people.starmedia.com> e <http://commdev.org>

Proposta do Pacto Global: Cidadania corporativa como forma de contribuir para o avanço de uma economia global mais sustentável e inclusiva.

Os princípios propostos pelo Pacto Global são:

- 1. Princípio 1** – As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente;
- 2. Princípio 2** – certificar-se de que não são cúmplices em abusos dos direitos humanos.
- 3. Princípio 3** – As empresas devem defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- 4. Princípio 4** – a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- 5. Princípio 5** – a erradicação efetiva do trabalho infantil;
- 6. Princípio 6** – a eliminação da discriminação no emprego e ocupação.
- 7. Princípio 7** – As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva sobre os desafios ambientais;
- 8. Princípio 8** – desenvolver iniciativas a fim de promover maior responsabilidade ambiental;
- 9. Princípio 9** – incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.
- 10. Princípio 10** – As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Fonte: http://www.unglobalcompact.org/Languages/portuguese/implementao_engajamento.html acesso em: 12/05/2012

Estes princípios são universalmente aceitos e indicam as operações e estratégias que podem ser utilizados pelas empresas para garantir o cumprimento do acordo, isto se reflete em números atuais (2012) a participação de 8.700 empresas em mais de 140 países, sendo considerada pela ONU com a maior iniciativa deste segmento no mundo, sendo um fórum para troca de experiências.

Petrobrás é signatária do Pacto Global

No final de 2003 a Petrobrás assinou a carta para o Secretário Geral da ONU, expressando sua adesão ao Pacto Global. No *link* http://planeta-sustentavel.abril.com.br/noticia/petrobras/patrocinador_409078.shtml acessado em 21/09/2011, você lê a matéria a respeito desta ação e conhece os compromissos assumidos pela empresa brasileira ao se tornar a primeira empresa da América Latina a ter um presidente nomeado para o Conselho do Pacto Global da ONU, formado por representantes dos grupos empresariais, sociedade civil, trabalho e Nações Unidas.

8.2 Adesão ao Pacto Global pelas organizações

A empresa tem benefícios quando associada, pois consegue acesso a uma acesso a uma série de estratégias já consolidadas e implementadas por outras empresas ao redor do mundo, e as ferramentas já desenvolvidas pela ONU relacionadas com os temas sustentáveis, além das melhorias em seus processos de sustentabilidade e a busca de novos parceiros em todo o mundo.

Para fazer parte empresas devem preencher um formulário on-line e enviar uma “carta compromisso” ao Secretário Geral das Nações Unidas. Os modelos estão disponíveis no *site* www.unglobalcompact.org

As empresas têm que fazer uma contribuição anual que é utilizada para apoiar o trabalho do Pacto Global da ONU, e serve para desenvolver ações que beneficiam a todas as empresas envolvidas.

As empresas então assumem o compromisso de implementar o Pacto Global nas decisões empresariais e nas ações que são desenvolvidas na organização. Fazer com que os dez princípios sejam totalmente utilizados é um processo de médio o longo prazo, cada empresa define seus objetivos e trabalha para isto.

Segundo o *site* www.unglobalcompact.org define-se:

O Escritório do Pacto Global sugere que as empresas utilizem o “Modelo de Gestão do Pacto Global da ONU”, que orienta as empresas por meio de um processo de compromisso formal, avaliação, definição, implementação, mensuração e comunicação da estratégia de sustentabilidade empresarial baseada no Pacto Global e seus princípios. É um modelo simples, porém amplo e flexível, útil para orientar empresas de

todos os portes através do processo de mudança organizacional para abraçar a sustentabilidade empresarial. O modelo é particularmente proveitoso para aqueles que estão iniciando na área da sustentabilidade, também oferecendo orientação sobre práticas de liderança para empresas mais experientes.



A Rede Brasileira para o Pacto Global desenvolve inúmeras atividades em conjunto com a ONU no sentido de estimular e acompanhar o desenvolvimento de ações que contribuam para os princípios estabelecidos pela ONU. Saiba mais no [link http://www.pactoglobal.org.br/default.aspx](http://www.pactoglobal.org.br/default.aspx) acessado em 18/09/2011.

Existe sempre a oportunidade de aprendermos a gerir os negócios de uma forma mais eficiente e apresentar dividendos a sócios e acionistas, esta é uma opção razoavelmente barata e acessível a diferentes empresas, e a diferentes métodos de administração.

Resumo

O Pacto Global é uma ferramenta desenvolvida pelas Nações Unidas para contribuir com a forma como as empresas atuam no mercado, direcionando-as para uma forma mais abrangente e humana no administrar, procurando contribuir para que todos os seus públicos de interesse tenham suas reivindicações atendidas.



Atividades de aprendizagem

- A empresa onde você trabalha é signatária do Pacto Global? Pergunte aos diretores sobre o assunto. Caso a resposta seja negativa, reflita sobre a possibilidade de apresentar esta proposta internamente.

Aula 9 – Responsabilidade social e ambiental

A responsabilidade social e ambiental tem sido um tema muito discutido nos últimos anos pelos três níveis da sociedade civil organizada: primeiro setor, composto pelo Estado; segundo setor, ou a iniciativa privada; e o terceiro setor, formado pelas Organizações Não Governamentais (ONGs) cujo objetivo é essencialmente o bem estar social ou a preservação ambiental. Nesta aula veremos o que é a responsabilidade social e qual sua relação com a sustentabilidade.

9.1 O que é responsabilidade social e ambiental?

Muito embora estejamos ouvindo nos últimos 15 anos sobre a responsabilidade social, no Brasil, é importante que você saiba que já em 1953 foi lançado nos Estados Unidos o livro “Responsabilidade social dos homens de negócios”, escrito por Howard Bowen.

Assim, segundo Bowen (1953, p. 14) responsabilidade social “se refere às obrigações dos homens de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores de nossa sociedade”. Este autor também indica que os sinônimos para responsabilidade social são: “responsabilidade pública”, “obrigações sociais” e “moralidade comercial”.

No Brasil, em 1998, foi criado o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, uma Organização Não Governamental, cujo objetivo é promover entre as organizações brasileiras a prática da gestão ética e transparente em relação a todos os públicos com os quais se relacionam.

Outro objetivo do Instituto Ethos é fomentar a definição de metas empresariais que sejam compatíveis com o desenvolvimento sustentável. Por meio de seu *website*, bem como de eventos organizados em todo o país, o Instituto Ethos promove também o compartilhamento de experiências de investimento em ações socialmente responsáveis, pelas empresas.

Figura 9.1: Instituto Ethos

Fonte: <http://www1.ethos.org.br>

Há contudo autores como Milton Friedman que apresentam uma visão clássica da responsabilidade social empresarial. Para Friedman (1970) a responsabilidade social de uma empresa deve voltar-se para a geração de mais lucros. Caso contrário, seus executivos estarão utilizando o dinheiro dos acionistas de uma maneira que não interessa a eles.



Figura 9.2: Milton Friedman

Fonte: <http://amateureconblog.blogspot.com.br>

“A única responsabilidade social de uma empresa é gerar mais lucros.”

Milton Friedman, 1970 - Prêmio Nobel de Economia

Para Friedman (1972) a empresa não pode utilizar o dinheiro que os consumidores lhes deram em troca de produtos ou serviços para ações sociais ou ambientais com as quais talvez não concordem. Além disso, estariam pagando a mais para sustentar estas ações. Os acionistas, por sua vez, estariam recebendo um retorno inferior ao que têm direito.

9.2 Definição de Responsabilidade Social Corporativa

A responsabilidade social é um tema relativamente novo no meio empresarial, mas devido às várias ações publicitárias das grandes empresas buscando promover sua marca por meio dos projetos realizados, já podemos elaborar nossa própria ideia do que se trata este assunto, mas não podemos des-

cuidar de saber em sua essência do que se trata a responsabilidade social corporativa, e assim Archie Carroll, uma das pesquisadoras mais atuantes em todo o mundo sobre o tema e ela define que “A Responsabilidade Social engloba todas as obrigações que as empresas têm para com a sociedade e que dizem respeito às dimensões econômicas, legais, éticas e discricionárias ou filantrópicas” Carroll (1979).

Esta definição demonstra que Responsabilidade Social (RS) vai além de projetos sociais que as empresas desenvolvem para algum tipo de público, ela ressalta as relações que a empresa deve ter com seus públicos, as quais devem ter um relacionamento ético e duradouro, fazendo com que gere lucros para a organização, já que esta é uma responsabilidade social fundamental.

Entretanto há muitas pessoas que confundem o significado de RS com filantropia, para sabermos qual a diferença, observem a tabela 9.1 abaixo:

Tabela 9.1: Diferença entre RS e Filantropia

Filantropia	Responsabilidade Social
Ação individual e voluntária	Ação coletiva
Fomento da caridade	Fomento da cidadania
Base assistencialista	Base estratégica
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados	Extensiva a todos
Prescinde de gerenciamento	Demanda gerenciamento
Decisão individual	Decisão consensual

Fonte: Melo Neto e Froes (2001).

Os autores demonstram que a diferença é de cunho estratégico, pois a filantropia se refere a **ações isoladas realizadas por pessoas que querem contribuir para públicos e projetos sociais, já a RS faz parte de um projeto estratégico da empresa, que deve estar alinhado à** missão, visão e valores da mesma, e que pode ser utilizada como uma forma de publicidade, agregando valores positivos para a imagem da marca. A responsabilidade social agrega valores e beneficia os públicos com os quais a empresa tem relações, as quais chamamos de *stakeholders*.

A responsabilidade social, com o passar do tempo e com o aumento das discussões ambientais, ganhou novos termos, são estes: Gestão Social e Ambiental, Responsabilidade Sócio Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, mas o importante é percebermos que a questão da Sustentabilidade deve ser incorporada na gestão das organizações de forma a contribuir para minimizar seus impactos negativos e contribuir positivamente para a criação de



Conheça o site do Instituto Ethos de responsabilidade social
<http://www.ethos.org.br>

uma cultura de conservação de recursos e de convivência mais ética, humana e fraterna, na qual as gerações futuras possam usufruir dos recursos que ainda possuímos atualmente.

Resumo

Nesta aula aprendemos o que é a responsabilidade social e de que forma a empresa deve avaliar os impactos com todos aqueles que possuem relação, que são conhecidos como *stakeholders*, vimos também que há uma diversidade de termos usados para a Responsabilidade Social Corporativa, mas o que realmente importa é como estas ideias são implantadas nas organizações.



Atividades de aprendizagem

- Pesquise no site do Instituto Ethos - http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp - os indicadores de responsabilidade social, que são valores, transparência e governança, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores e clientes, comunidade, governo e sociedade.

[illegible]

Aula 10 – As dimensões da Responsabilidade Social

Nesta aula vamos conhecer detalhadamente quais são as 4 dimensões da responsabilidade social propostas por Archie Carrol e que são base para a formulação de projetos sociais e ambientais nas modernas organizações. Com base nesta aula verifique o que pode ser melhorado em relação às relações entre a empresa e seus envolvidos.

Archie Carrol (1979-1991) ressalta que existem 4 responsabilidades sociais de organizações, as quais são apresentadas conforme o tabela 10.1.

Tabela 10.1: Dimensões da RS

Responsabilidade econômica	Responsabilidade legal	Responsabilidade ética	Responsabilidade discricionária ou filantrópica
Ser lucrativo	Obedecer às leis	Ser ético	Ser uma empresa cidadã
A base sobre a qual as demais responsabilidades se sustentam.	As leis representam a codificação do que a sociedade estabelece sobre o que é certo e errado.	Obrigação em realizar o que é certo, justo e razoável.	Contribuir com recursos para a sociedade
	Jogar as regras do jogo.	Evitar o prejuízo.	Melhorar a qualidade de vida.

Fonte: Adaptado de Carroll (1979-1991)

Devemos seguir a sequência da esquerda para a direita do quadro 2, pois esta é a ordem de prioridade apresentada pela autora, informando que as responsabilidades econômicas são as fundamentais para que as outras possam existir.

10.1 Responsabilidades Sociais

Devemos entender a importância da responsabilidade social de uma organização sob a forma de uma pirâmide, pois a base de todas as responsabilidades é a econômica, pois sem ela as demais não existiriam.

Mas, você já parou pra pensar que ter lucros é uma responsabilidade de uma empresa?

Sim, a geração de lucros vai permitir que a empresa gere empregos, e contratando funcionários, será possível redistribuir a renda gerada nesta empresa para outros setores produtivos, pois o trabalho vai gerar o acesso ao consumo de bens por parte dos empregados, e assim toda a economia é beneficiada.

Sendo lucrativa, a empresa paga seus impostos em dia, e assim possibilita que os Governos prestem serviços públicos de qualidade. Além disso é responsabilidade da organização a manutenção das relações éticas entre todos os envolvidos e finalmente a criação e implantação de projetos sociais, conforme demonstramos na pirâmide abaixo:



Figura 10.1: A pirâmide da responsabilidade social corporativa

Fonte: <http://rp-responsabilidadesocial.blogspot.com.br>

- **Responsabilidade Econômica**

A responsabilidade econômica é a que fundamenta as demais dimensões, pois se trata daquela que gera a riqueza, que por sua vez pode financiar os impostos e projetos sociais que a empresa porventura venha a desenvolver.

- **Responsabilidade Legal**

Esta responsabilidade diz respeito ao pagamento de impostos nas esferas, municipal, estadual ou federal, de forma que a partir destas contribuições, o governo possa proporcionar à população os serviços de saúde, transporte, educação, segurança, habitação e tantas outras responsabilidades do governo.

- **Responsabilidade Ética**

Envolve as regras, padrões, expectativas e normas que regulam a conduta e o relacionamento entre funcionários, clientes, fornecedores, acionistas e comunidade em geral. É a base para a tomada de decisão de uma organização.

- **Responsabilidade Discrecional ou Filantrópica**

Diz respeito ao investimento financeiro em projetos sociais e ambientais que a empresa pode realizar para públicos específicos ou para a comunidade do entorno da organização, que devem ser benéficos e trazer resultados tanto ao público alvo, quanto para a própria empresa, que deverá ter ganhado de imagem, fidelização de clientes e captação de novos consumidores. São programas de bem-estar social e promoção humana, incluindo voluntariado.



Figura 10.2: Logomarca Petrobras
Fonte: <http://www.petrobras.com.br>

Assim podemos perceber que as empresas, independente do setor em que atuam, devem utilizar da responsabilidade social como estratégia para melhor gerenciar seus *stakeholders*, as responsabilidades apresentadas neste capítulo mostram que devemos ser lucrativos para que assim possamos também realizar projetos sociais.

Mas a responsabilidade ética e legal deve ser uma prática cotidiana, pois com elas mantemos o clima de trabalho positivo, não agredindo ou ferindo a integridade física e moral das pessoas, e pagando os impostos em dia, também contribuimos para que o governo possa promover o bem estar social.



Conheça o site da Petrobrás e verifique quais são as relações que esta empresa que trabalha com extração de recursos naturais possui com os elementos que compõem a responsabilidade social e ambiental.



Leia o livro Empreendedorismo e Responsabilidade Social de Elaine Arantes, Zélia Halicki e Adriano Stadler (2011) que apresentam detalhadamente os processos de RSC com foco em empreendedorismo.



Livro Empreendedorismo e Responsabilidade Social - Editora IBPEX Brasil

Resumo

Nesta aula aprendemos as 4 dimensões da Responsabilidade Social, e vimos que a responsabilidade econômica é a base para as demais, e que a responsabilidade filantrópica é uma forma de beneficiar a comunidade, por meio de projetos sociais, que podem ser utilizados como forma de melhorar a imagem da organização.



Atividades de aprendizagem

- Qual era a sua compreensão sobre Responsabilidade Social, o que mudou a partir dos conhecimentos desta unidade? Sua visão sobre o assunto foi ampliada? Se sim, acredito que atingimos nosso objetivo.

Aula 11 – O que são e quais são os *stakeholders* de uma organização?

Esta aula tem como objetivo apresentar o que são os *stakeholders* e de que forma eles podem gerar impactos positivos e negativos nas organizações. Assim você saberá como devemos nos relacionar com estes elementos e assim cumprir a função social e ambiental das empresas.

11.1 Stakeholders

Stakeholders é uma palavra da língua inglesa e não possui tradução na língua portuguesa, de acordo com Ansoff & Macdonnell (1993) pode ser definido como grupos de interesse afetados diretamente pelo comportamento da empresa. Significa todos os atores sociais que estão envolvidos e têm interesse nas operações e decisões de uma empresa, dentre eles encontram-se: acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidade do entorno, agências reguladoras e grupos sociais ativistas. Verifica a aula 9 que cita a mesma coisa desta frase.

Há dois níveis de *stakeholders*, aqueles de primeiro nível são os públicos com os quais a organização se relaciona com frequência e que influenciam diretamente no negócio:

- **Acionistas** – dispostos a investir em organizações cuja imagem seja positiva no mercado, tenham nenhum ou baixo passivo social ou ambiental;
- **Funcionários** – satisfeitos na medida em que são tratados com dignidade, recompensados com justiça e atuando num ambiente decente de trabalho e insatisfeitos no caso de necessidades não atendidas, que podem ser: falta de ética, desrespeito, falta de políticas de carreira e salário, entre outros;
- **Clientes** – fieis a uma marca sempre que esta demonstra por meio de suas ações que merece a confiança do mercado;
- **Fornecedores** – selecionados e desenvolvidos com integridade; escolhidos com justiça numa concorrência; parceiros da organização ética, responsável e transparente;

- **Comunidade** – satisfeita com o respeito que a organização demonstra para as pessoas que moram em seu entorno;
- **Sociedade** – são as pessoas de uma maneira geral com as quais a organização tem algum tipo de relação e são impactadas por sua atuação e seu negócio. Podem estar próximas ou distantes das instalações da empresa;
- **Governo** – a quem a organização presta contas por sua atuação; para quem recolhe impostos e quem fiscaliza sua atividade fim;
- **Meio ambiente** – a água, o ar e os seres vivos que precisam ser preservados para gerações futuras, afinal, este é o único planeta que temos para morar e para fazer negócios.



Figura 11.1: Stakeholders

Fonte: <http://www.tutor2u.net> e <http://www.manutencaoessuprimentos.com.br>

Outros públicos também têm interesse na atividade da organização e exercem sobre ela influências positivas ou negativas. Veja por exemplo:

- A mídia que pode fazer coberturas favoráveis ou desfavoráveis a respeito de uma situação que a empresa esteja enfrentando;
- A concorrência que pode ou não representar uma ameaça para o negócio;
- As instituições de ensino, de onde são provenientes os profissionais que atuam na organização;
- Os ativistas, como o *Greenpeace*, por exemplo, que podem comprometer a imagem da organização;
- Os sindicatos cuja influência sobre os trabalhadores pode representar um aspecto favorável ou desfavorável para a gestão.

11.2 Ações dos junto aos stakeholders que influenciam na mudança da cultura de uma organização

A pressão exercida pelos *stakeholders* leva a mudanças na cultura de uma organização bem como na ação governamental, conforme você vê no Quadro 1 rever a numeração do quadro, no sentido de proteger os interesses dos públicos com os quais as empresas se relacionam.

Tabela 11.1: Ações que influenciaram na mudança de cultura organizacional em relação às situações verificadas junto aos *stakeholders*

Stakeholder	Situações verificadas	Ações externas que influenciaram na mudança de cultura organizacional
Clientes	Demandas da sociedade por princípios que envolvam a qualidade do produto/serviço; segurança no uso do produto ou do serviço; atendimento adequado pela força de vendas; atendimento pós venda.	Código de defesa do consumidor; Forte atuação do Procon;
Funcionários	Aumento do número de mulheres no quadro de funcionários das organizações; relacionamentos conflituosos; pessoas com deficiência entrando para o mercado de trabalho.	Legislação impondo creches em empresas com um número mínimo de mulheres; Lei 10224 de 15/05/2001 que define o assédio moral e oferece suporte para os funcionários; Legislação impondo percentual de contratação de pessoas com deficiência em relação ao número de empregados
Meio ambiente	Poluição do ar e da água; florestas devastadas; aquecimento no planeta provocando catástrofes ambientais; produtos com altos níveis de ruído prejudicando a qualidade de vida de pessoas que habitam pequenas moradias.	Legislação controlando a emissão de gases poluentes; exigência de investimentos em tecnologia para continuar a operação; controle de ruídos.
Acionistas	Atitudes antiéticas de dirigentes levando à divulgação de resultados fraudulentos para valorizar o negócio.	Mudanças na legislação como a aprovação pelo Congresso dos EUA da Lei Sarbanes Oxley (SOX) que orienta para a prestação de contas transparente e ética de todas as empresas de capital aberto norte americano para a sociedade.
Comunidade	Questionamento quanto aos investimentos feitos em cultura, esportes, desenvolvimento social e ambiental pelas empresas.	Movimentação das empresas para direcionar investimentos para a comunidade de entorno com retorno positivo para a imagem da marca

Fonte: Arantes (2012) pág. 62)

Resumo

Nesta aula vimos quem são os stakeholders e de que forma estes elementos impactam nas decisões das organizações, vimos também que há dois níveis de stakeholders, o primeiro nível, formado por públicos com os quais a organização se relaciona direta e frequentemente, ou seja: funcionários, acionis-

tas clientes, fornecedores, governo, sociedade, comunidade, meio ambiente e governo. O segundo nível, estão aqueles cujas atividades também sofrem impacto pelo negócio da organização e cujas pressões também a influenciam, dentre eles estão: a mídia, os sindicatos, os ativistas, as instituições de ensino, dentre outros.



Atividades de aprendizagem

- Leia o artigo “Vale investir em responsabilidade social? Stakeholders, ganhos e perdas” disponível no link http://ethos.org.br/_Uniethos/Documents/VALE%20INVESTIR%20EM%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20_.pdf acessado em 28/05/2012 e elenque o ponto de vista dos autores sobre o investimento social e ambiental feito pelas empresas e o retorno que obtêm na gestão do negócio.

[illegible]

Aula 12 – Diversidade e a Gestão e Valorização das Diferenças entre as pessoas que atuam numa Organização

Numa organização, as equipes de trabalho são formadas por pessoas cujas diferenças precisam ser valorizadas no sentido de promover a integração de todos e um ambiente de trabalho favorável. Nesta aula, vamos abordar a importância da atuação ética na valorização da diversidade dentro de uma empresa. Vamos conhecer o conceito de diversidade e abordar com mais detalhes a influência africana que é fortemente percebida em nosso país por meio das diferentes expressões culturais. Garantir a perenidade e a sustentabilidade de uma organização passa pela gestão das pessoas e pela valorização das diferenças.

12.1 Promovendo e valorizando a diversidade

Observe ao seu redor com quantas pessoas diferentes você se relaciona. Diferentes pensamentos, culturas, religiões, gênero, maneira de se vestir, idade, habilidade para lidar com as novas tecnologias etc. Veja como esta reunião de diferentes percepções valoriza a formação do seu conhecimento. A partir da discussão sobre temas com seus colegas (principalmente aqueles que pensam de maneira diferente de você), é possível acrescentar mais informações àquelas que você já tinha.

À medida em que você compreende que este é um processo que contribui para seu crescimento pessoal e profissional, fica ainda mais interessante conviver com pessoas cujas características são tão diferentes das suas! O que você pensa sobre isso?

A valorização da diversidade é um tema tão importante em nosso país que temos uma Secretaria no Ministério da Educação cujo objetivo é promover a formação dos cidadãos brasileiros de maneira a reduzir as desigualdades e investir no crescimento pessoal e profissional de todos.

Há alguns anos, observa-se um movimento muito forte nas organizações no sentido de saber conviver e fazer respeitar as diferenças entre as pessoas, como contraponto à padronização. A legislação brasileira, inclusive estabelece porcentagem para que as empresas contratem pessoas com deficiência. As instituições de ensino têm cotas para o acesso de diferentes etnias.



Em julho de 2004, foi criada a Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (Secadi) que faz parte do Ministério da Educação. Temas antes tratados em outras Secretarias como alfabetização e educação de jovens e adultos, educação do campo, educação ambiental, educação em direitos humanos, educação escolar indígena, e diversidade étnico-racial, passam agora a ser foco desta Secretaria cujo objetivo é contribuir para que sejam reduzidas as desigualdades educacionais por meio da participação dos cidadãos em políticas públicas assegurando a ampliação do acesso à educação.
Fonte: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=290&Itemid=816 acessado em 20/08/2011.

12.2 Afro-descendentes no Brasil

Temos em nosso país uma profunda influência da cultura africana percebida nas diferentes expressões culturais brasileiras como: música, pintura, culinária, religião, entre outros. Esta presença marcante nos leva a abordar o tema da afro-descendência neste livro, considerando a importância de se valorizar a diversidade no contexto organizacional.

Desde que nosso país foi descoberto, as relações entre o Brasil e a África se aprofundam cada vez mais e vai muito além da escravidão a que afrodescendentes foram submetidos. Estudos são desenvolvidos no sentido de compreender as lutas africanas pela independência política, pelo desenvolvimento e pela manutenção de sua cultura.

Em nosso país, este interesse é ainda mais intenso face à influência africana em nosso cotidiano. Observa-se que as desigualdades raciais existentes no Brasil têm sido objeto de estudos e movimentos sociais apresentando resultados que indicam melhorias, principalmente na educação. Por outro lado, vale ressaltar que ainda há sérias disparidades em termos de renda.

Veja nos quadros a seguir, os resultados apresentados pelo 4º Relatório Nacional de Acompanhamento dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio para a relação entre as etnias, no que diz respeito à educação.

No figura 12.1 você observa que o perfil educacional brasileiro demonstra uma evolução de 1992 a 2008 no que diz respeito à participação das etnias no ensino fundamental, para pessoas de 7 a 14 anos.

Tabela 12.1: Evolução do percentual de pessoas no ensino fundamental no Brasil por etnia

Percentual pessoas entre 7 e 14 anos		
Ano	Negros ou pardos	Branços
1992	75,3%	87,5%
2008	94,7%	95,4%

Fonte: Objetivos de Desenvolvimento do Milênio – Relatório Nacional de Acompanhamento. BRASÍLIA: Ipea, 2010.
Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2018&id_pagina=1:
Acessado em 03/05/2011.

Já no ensino médio brasileiro, ou seja para pessoas entre 15 e 17 anos, o resultado apresentado no Figura 12.2 demonstra disparidades significativas.

Tabela 12.2: Evolução do percentual de pessoas no ensino médio no Brasil por etnia

Percentual pessoas entre 15 e 17 anos		
Ano	Negros ou pardos	Branços
1992	9,2%	27,1%
2008	42,2%	61%

Fonte: Objetivos de Desenvolvimento do Milênio – Relatório Nacional de Acompanhamento. BRASÍLIA: Ipea, 2010.
Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2018&id_pagina=1:
Acessado em 03/05/2011.

Foi verificado um alto percentual de queda da desigualdade em termos de analfabetismo conforme mostra o Quadro 05.

Tabela 12.3: Queda da desigualdade no analfabetismo – por etnia

Queda da desigualdade no analfabetismo – por etnia			
Ano	Percentual	Negros ou pardos	Branços
1992		86,8%	95,6%
2008		97,3%	98,7%

Fonte: Objetivos de Desenvolvimento do Milênio – Relatório Nacional de Acompanhamento. BRASÍLIA: Ipea, 2010.
Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2018&id_pagina=1
Acessado em 03/05/2011.

O relatório do PNUD (2010:32) aponta no Brasil a introdução do programa “Bolsa Família” para exemplificar o crescimento do envolvimento do setor público no esforço para reduzir as desigualdades, alocando de recursos para pessoas cuja renda é menos favorecida. Além deste, outros programas contribuem para reduzir as desigualdades, em nosso país. Dentre eles estão: Luz para todos; Alfabetização de jovens e adultos; Agricultura familiar; e o Prouni.



Figura 12.1: Interior do Museu Afrobrasil

Fonte: <http://www.museuafrobrasil.org.br/> acessado em 08/09/2011



1. Conheça a legislação existente em nosso país bem como documentos internacionais voltados para a valorização da diversidade. Acesse o link http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=16761&Itemid=1123 acessado em 25/08/2011.
2. Leia o texto “Diversidade: tolerância, respeito e valorização” disponível no link <http://diversidadedigital.blogspot.com/2007/05/diversidade-tolerancia-respeito-e.html> e acessado em 24/04/2011.
3. Consulte a página da SECAD onde você encontra materiais muito importantes sobre Educação das Relações Étnico Raciais e o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=13788%3Adiversidade-etnico-racial&catid=194%3Asecad-educacao-continuada&Itemid=913 acessado em 29/08/2011.

Com o objetivo de preservar e celebrar a cultura, memória e história do Brasil do ponto de vista da influência africana, o Museu AfroBrasil, apresentado na Imagem 5, está localizado no Parque do Ibirapuera, na Capital de São Paulo e apresenta mais de 5 mil obras num espaço de 11 mil metros quadrados, desde 2004. Se você tiver a oportunidade de ir a São Paulo, recomendo que faça uma visita a este espaço cultural.

Resumo

Nesta aula, abordamos a relevância de se tratar com ética o tema da gestão da diversidade nas organizações. Nosso país tem influências fortes da cultura africana, o que nos leva à necessidade de conhecer e discutir a importância da redução das desigualdades sociais e a promoção da valorização da cultura africana como parte integrante de nosso cotidiano. Há leis específicas em nosso país que garantem o acesso de pessoas com deficiência a inúmeros serviços, bem como preserva os direitos da criança, do adolescente e do idoso além de punir qualquer tipo de discriminação. A educação inclusiva é um direito do cidadão.



Atividades de aprendizagem

- Reflita sobre a frase “A diversidade só tem sentido na troca, no compartilhamento cultural, e não na “preservação” da diferença como peça de museu, ou pior, como vitrine para consumo turístico e cultural.” Quais manifestações de “preservação” da diferença você conhece e qual sua opinião a respeito?

Aula 13 – Transparência e ética: pilares da responsabilidade social e ambiental

Vamos abordar os conceitos de ética e moral, indicando como a transferência nas ações desenvolvidas contribuem para gerenciar adequadamente uma organização. Vamos citar exemplos do que amoral e imoral bem como sobre o que é antiético. Ao final desta aula, você entenderá que ética e moral não têm o mesmo significado, embora isto gere sempre muita controvérsia.

13.1 Conceitos de ética, moral e valores

Ética é um conceito que todos vez ou outra ouvimos e que alguns conhecem de forma aprofundada e outros de forma bem superficial, embora tenhamos (pelo menos para alguns) uma certa ignorância sobre o significado real e sua aplicabilidade na forma de conduzir os negócios.

Para Ximenes (2002, p. 409), a ética estuda os juízos moral referente à conduta humana, virtude caracterizada pela orientação dos atos pessoais segundo os valores do bem e da decência pública, e a moral conjunto de regras de conduta baseadas nas noções de bem e de mal. Definição que é compartilhada por Motta (1984) que indica ética como um “conjunto de valores que orientam o comportamento do homem em relação aos outros homens na sociedade em que vive, garantindo, outrossim, o bem-estar social”.



Figura 13.1: Ética
Fonte: <http://www.umsoi.com>

Moral tem como definição por Vasquez (1998):

sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam acatadas livres e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal.

Definição compartilhada por Aurélio (2005, p.604), quando indica moral como conjunto de regras de conduta consideradas como válidas, quer de modo absoluto para qualquer tempo ou lugar, quer para grupo ou pessoa determinada.



Figura 13.2: Bem e Mal
Fonte: <http://servicospublicos.com.br>

O termo **Ética** vem do Grego e significa **modo de ser**, **Moral** vem do Latim e significa **costumes**.

Podemos indicar que os valores que indicam a forma de como devemos nos comportar em relação as demais pessoas e a Moral são as normas que regem nosso comportamento em sociedade.

Todos os dias problemas morais chegam até nós, e nos pegamos a fazer conjunturas sobre como devemos nos comportar e de que forma devemos agir em determinadas situações que nos indicam que devemos escolher entre o bem o mal.

Recordem que o bem e o mal também são conceitos relativos e que não significam a mesma coisa para todas as pessoas. Se uma pessoa menor de idade comete um crime capital, ela deve ser punida como adulta? Reveja essa pergunta.

Colocar um jovem menor de idade para cumprir uma pena junto com adultos não irá prejudicar na sua formação e tirará sua oportunidade em buscar no novo futuro?

Quando nossas atitudes são tomadas levando em consideração a necessidade dos outros, ou seja, com ética, estamos atuando de forma a cumprir com a moral existente no ambiente em que você está inserido, isto deve se indicado e principalmente cumprido por pessoas e organizações para que tenhamos um mundo mais respeitoso e humano.

Blanchard e Peale (2001) e nos propõem um teste para nos auxiliar na tomada de decisões éticas. Se em uma determinada situação você não sabe como agir, pode usar os seguintes princípios para auxiliar em sua decisão conforme expomos na figura abaixo:

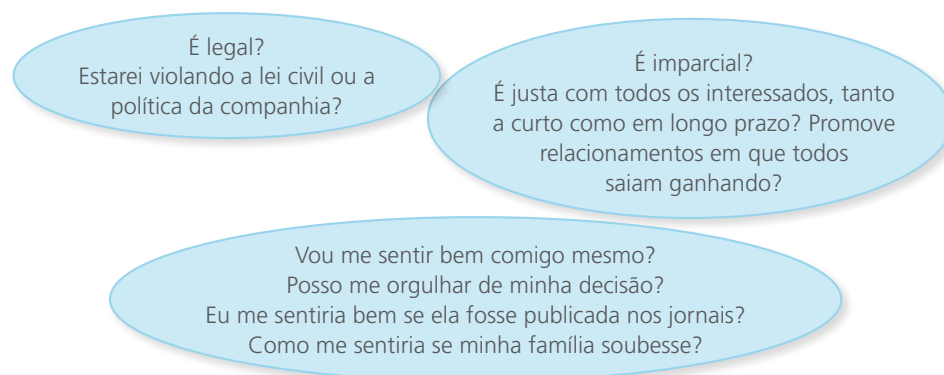


Figura 13.3: Teste de ética
Fonte: Teste de Ética, composto de três perguntas de Blanchard e Peale (2001, p.29)

Se o resultado a todas as questões forem sim, ótimo você está certíssimo, porém se alguma delas for não, já é um indicativo que a ação não é ética e que portanto você deve rever o que pretendia fazer/desenvolver/realizar.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu que ética e moral são elementos básicos para a convivência em sociedade e que as decisões empresariais sustentáveis devem ter a ética como seu fundamento.

Atividades de aprendizagem

- Assista ao vídeo com a entrevista que o Prof. Mario Sergio Cortella no Programa do Jô e exibida pela TV Globo no site: <http://www.youtube.com/watch?v=OK5LDsEKuEA>

[illegible]

Aula 14 – Virtudes necessárias ao exercício profissional ético

Como vimos, a responsabilidade social se fundamenta no relacionamento ético e transparente das organizações com seus *stakeholders*. Na verdade, não é a empresa que se relaciona, mas os profissionais que nela trabalham e agem em seu nome. Concorde? Assim sendo, vamos estudar nesta aula, as virtudes que alguns autores indicam como fundamentais para o exercício ético da profissão.

14.1 Virtudes profissionais básicas e complementares

Vamos tratar aqui das virtudes necessárias para que o exercício profissional seja feito com bases morais sólidas, dentro dos padrões éticos estabelecidos pela sociedade. Como já abordamos anteriormente, as profissões de caráter liberal estão diretamente relacionadas ao trato com as pessoas, portanto, seu retorno social é imediato e a exigência da prática moral resultado da expressão virtuosa do profissional.

Sá (2010: p. 197) reforça que “virtudes básicas profissionais são aquelas indispensáveis, sem as quais não se consegue a realização de um exercício ético competente, seja qual for a natureza do serviço prestado”. São complementares, segundo o mesmo autor aquelas que “completam o valor da ação do profissional e ampliam as virtudes básicas, sendo a transgressão delas infração e perda da qualidade ética”. Vamos utilizar os ensinamentos deste mesmo autor para conhecer as virtudes básicas e complementares.

14.2 Virtudes básicas

Para Sá (2010:197-220), são virtudes básicas: zelo, honestidade, sigilo e competência que é o mínimo que um profissional precisa ter para o exercício ético de suas atividades. Vamos discutir um pouco cada uma delas.

Zelo – A presteza, a constância, o cuidado com que se desempenham as atividades profissionais são próprios de cada pessoa. Se um profissional se considera inapto para executar determinada tarefa, é mais digno declinar do convite para assumi-la do que aceitá-la mesmo sabendo que não terá o cuidado necessário para sua execução. É, portanto antiético aceitar uma tarefa sabendo que não a executará com o zelo necessário.

Honestidade – A fiel guarda, a confiança e a sinceridade são princípios fundamentais na prática honesta da profissão para a qual o indivíduo se prepara e decide se dedicar. Nos noticiários, diariamente vemos exemplos de pessoas de diferentes classes sociais, profissões, idades sendo confrontadas por terem se corrompido. O fato de conviver num ambiente de corrupção não significa que se deva estar de acordo nem que se deva praticar atos indignos. Nada justifica a desonestidade.

Sigilo – Ainda que não tenha sido solicitado, a necessidade do sigilo pode ocorrer. Cabe ao profissional o discernimento sobre o que pode e o que não pode revelar a outra pessoa. Sabemos que profissões decorrentes das áreas do Direito, Medicina, Contabilidade, por exemplo, têm no sigilo a base da credibilidade do profissional que as exerce.



Figura 14.1: Virtudes
Fonte: <http://contacab.webnode.com>

Competência – O exercício do conhecimento no desempenho de uma tarefa é essencial numa profissão da mesma maneira que é digno de louvor aquele que humildemente admite não ter competência para oferecer serviços à altura da expectativa de quem os demanda. Rios (2011, p.85) associa a competência e a ética no contexto das organizações e valoriza o fato de que muitos profissionais

não praticam como sendo *walk the talk*, ou seja, não colocam em prática suas próprias palavras.

14.3 Virtudes complementares

Tratamos aqui de virtudes necessárias no exercício de uma profissão para consolidar o relacionamento com clientes, colegas de trabalho, organizações de classe e a remuneração. Vamos dar alguns exemplos de cada uma destas situações e você vai observar que em cada uma destas situações estão presentes as virtudes básicas que acabamos de ver.

Clientes – imagine um médico que atende de maneira negligente um paciente ou então uma empresa que não oferece atendimento pós-venda adequado. Coloque-se no lugar deste paciente e deste cliente. Qual sua reação?

A orientação para aquele que recebe os serviços de um profissional é a emissão de uma opinião baseada no seu conhecimento, sua honestidade e sua competência. Errar é humano, mas ser negligente é antiético. A responsabilidade pessoal sobre a orientação dada é indelegável.

Colegas – gratidão é um sentimento que deve estar presente em nossas mentes e em nosso coração. Não são novas as frases: “tratar o outro como você gostaria de ser tratado” e “amar o próximo como a ti mesmo” rever o começo da frase, ou complementá-la. A fraternidade entre as pessoas amigas e entre os colegas de trabalho é desejável no âmbito do respeito ao ser humano e da ética no relacionamento.

Organizações de classe – as classes às quais pertencemos face às profissões que escolhemos são formadas de profissionais que, como cada um de nós, busca o sucesso no desempenho de suas atividades. Buscando criar e manter uma imagem de credibilidade da classe profissional, são criados códigos de ética da categoria que orientam para a prática virtuosa da profissão.

Remuneração – há casos em que o profissional se dedica a causas humanitárias, exercendo sua profissão sem contrapartida em forma de remuneração, mas mesmo nesta situação, é possível que a remuneração seja feita em forma de alimentação, moradia, serviços, por exemplo. Os honorários cobrados pelo profissional devido ao exercício de tarefas que demandam a aplicação de seu conhecimento acumulado costumam seguir uma tabela que os órgãos de classe elaboram. Seu objetivo é oferecer um balizador justo para a contrapartida do trabalho feito. Profissionais que estipulam para seus serviços preços muito abaixo ou muito acima destas tabelas comprometem a credibilidade e a imagem da própria classe profissional. Isto é considerado antiético e pode ser punido por lei, em alguns casos.

Para você refletir

Você já foi atendido por profissionais que tenham praticado preços abusivos ou que tenham exercido sua atividade de maneira negligente? Quais foram as consequências para este profissional? Você se dirigiu a algum órgão de classe para fazer uma reclamação?

Resumo

Nesta aula, vimos que algumas virtudes são fundamentais para o exercício de qualquer profissão. Nos baseamos em Lopes de Sá e Terezinha Rios para abordar temas como zelo, honestidade, sigilo e competência. Vimos que cada uma destas virtudes deve ser cultivada diariamente por cada profissional no exercício de suas atividades.

Complementando estas virtudes, falamos também do valor que um profissional adquire quando atende seus clientes de maneira ética, praticando as virtudes já vistas nesta aula. Também o coleguismo entre profissionais da mesma categoria reforçando a credibilidade da imagem coletiva é uma virtude desejável já que contribui para o fortalecimento das relações. Por fim, tratamos da cobrança justa da remuneração devida aos serviços prestados.



Atividades de aprendizagem

- “A importância da ética no ambiente de trabalho” é o tema da abordagem que Mario Persona faz sobre o tema que estamos estudando neste livro. Leia com atenção. Encontra-se disponível no link:

http://www.mariopersona.com.br/entrevista_acritica_etica.html acessado em 14/08/2011.

Aula 15 – A Sustentabilidade presente na Missão, Visão e Valores Organizacionais

Nesta aula vamos conhecer o que é Missão, Visão e Valores de uma organização, e de que forma a sustentabilidade deve fazer parte da construção da identidade das organizações.

15.1 Missão, Visão e Valores

Você já deve ter visto nas empresas, ou em seus *sítes* a divulgação da missão de uma organização, mas você sabe o que efetivamente é?

Assim como as pessoas, as organizações possuem uma identidade, que é percebida pelos seus públicos, como por exemplo: Uma empresa idônea, séria, pontual, justa, ética, humana, enfim é como a empresa é vista no mercado, e assim estes elementos devem ser gerenciados pela empresa, para que assim seja possível influenciar positivamente os seus funcionários, clientes, fornecedores e desta forma melhorar a sua imagem.

Vamos observar a figura 15.1 e percebam que estes níveis funcionam como uma pirâmide, onde a base são os resultados e os “valores” permeiam todas as etapas, pois são essenciais em qualquer nível e em todos os momentos.

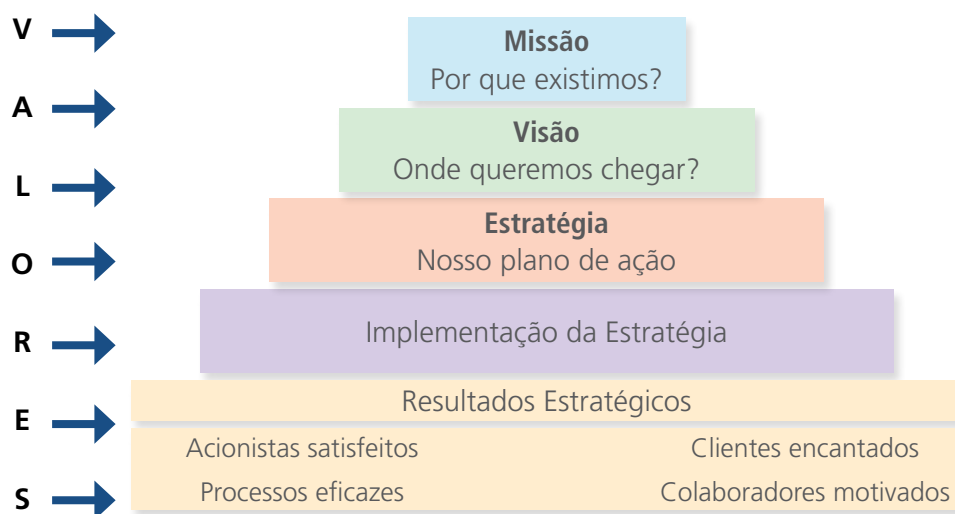


Figura 15.1: Os níveis da gestão estratégica de uma organização

Fonte: Stadler (2010)

Missão

A missão de uma organização significa responder a seguinte pergunta: “Quem somos?”. A partir desta resposta a empresa consegue definir sua missão, ou seja, qual seu objetivo na sociedade, trata-se da identidade, que traz as características que distingue a empresa das demais.

Todas as organizações devem ter uma missão identificada e compartilhada entre seus funcionários, clientes, concorrentes, fornecedores e comunidade em geral, pois a missão é: “a deliberação do motivo principal da existência da organização, focada em seu público alvo.” (Oliveira, 2006).

A missão de uma empresa contribui para a elaboração dos objetivos de longo prazo, que fazem parte da formulação do seu planejamento estratégico. Observem a missão da Fábrica de Ferramentas Elétricas Stihl:

“Facilitar a vida de nossos clientes, com ferramentas motorizadas portáteis, oferecendo soluções rápidas e inovadoras.”



Figura 15.2: Logomarca Stihl

Fonte: www.stihl.com.br

Visão

A visão de uma empresa é a determinação dos objetivos quantitativos em longo prazo, ou seja, onde a empresa deseja chegar em termos de faturamento, participação de mercado, imagem frente aos públicos alvo, vantagens competitivas frente aos concorrentes.

A visão organizacional deve estar alinhada com a missão da empresa, ao passo que sirva de parâmetro para a escolha das estratégias que a empresa deve ter para conquistar seus objetivos. A estratégia social e ambiental é uma tendência no mercado atualmente.

Para elaborar a visão da empresa, Gramms (2004) demonstra algumas perguntas que devem ser feitas:

1. Qual é o nosso objetivo?
2. Qual é a força que nos impulsiona?
3. Quais são nossos valores básicos?
4. O que fazemos melhor?
5. O que desejamos realizar?
6. O que gostaríamos de mudar?

Esta visão deve ser condizente com a missão da sua organização, da mesma forma deve ser o horizonte a ser alcançado por meio de todos os esforços do planejamento, gestão e avaliação dos resultados alcançados por sua empresa. Vejam a visão da Stihl que é o exemplo desta aula:

“Manter a liderança no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, com rentabilidade e comprometida com a sustentabilidade.”

Fonte: www.stihl.com.br

Valores

Podemos entender como valores empresariais, os princípios, filosofias, sentimentos e crenças que conduzem o comportamento das pessoas que atuam na empresa, e geralmente são provenientes princípios morais dos fundadores e presidentes do negócio, os quais devem ser compartilhados entre todas as pessoas que compõem a empresa.

Estes valores devem basear as tomadas de decisão e influenciar a elaboração dos planos estratégicos da empresa. Podemos citar alguns exemplos de valores, como equidade, meritocracia, ética, responsabilidade social e respeito ao meio ambiente, bem como os valores morais dos seres humanos como a humildade, respeito, tolerância e respeito às diferenças.

Os principais valores organizacionais da Stihl são:

1. Respeito e Desenvolvimento de Pessoas
2. Atendimento Diferenciado
3. Excelência Operacional
4. Credibilidade e Segurança
5. Rentabilidade
6. Sustentabilidade

Observem que a Stihl mesmo sendo uma empresa que fabrica a ferramenta mais temida pelos ambientalistas - a motosserra - ela prega que a sustentabilidade é um de seus valores e que faz parte da missão e visão. Isto nos revela que a empresa produz equipamentos para que as pessoas os utilizem dentro da legalidade, derrubando árvores de reflorestamento.

Resumo

A missão, visão e valores das organizações devem ser estrategicamente planejados e comunicados aos seus públicos de interesse: interno e externo. As pessoas devem estar alinhadas neste processo, pois é por meio delas que as empresas atingem os seus objetivos.



Atividades de aprendizagem

- Visite o site da Empresa Stihl – www.sthil.com.br – e pesquise qual missão, visão e valores da empresa, também verifique como ela gerencia as influências externas, como os fornecedores, clientes, natureza, etc.

Aula 16 – Código de ética empresarial

Nesta aula, vamos compreender o que é um código de ética, como ele é construído, para que serve e como as empresas agem quando ele é desrespeitado.

16.1 O que é um código de ética?

O código de ética é uma construção da organização que tem como base o conceito de ética, moral, valores, consciência, conduta etc. Você já estudou estes temas na aula 13 e agora, depois de discutirmos outros temas que compõem a gestão sustentável de uma organização, podemos tratar da elaboração deste documento.

Código de ética é um documento que estabelece os direitos e deveres de todos aqueles que trabalham em uma organização ou pertencem à mesma classe profissional. Com base neste documento, a empresa torna legítimas suas cobranças sobre a postura daqueles que a representam.

Imagine, por exemplo, que um determinado fornecedor tenha como hábito oferecer presentes para o técnico da área de compras encarregado de conduzir as concorrências. Esta prática pode ser vista por alguns como um simples agrado, um reconhecimento pela gentileza com que este funcionário tem feito seu atendimento.

Contudo, se um código de ética proíbe funcionários de aceitar presentes de qualquer natureza sob qualquer pretexto de fornecedores, então a empresa em questão poderá questionar o comportamento desta pessoa e até mesmo desligá-la.

16.2 Como se elabora um código de ética para uma organização

Na Figura 14, você vê resumidas as etapas que ARANTES (2011:143) descreve em detalhes para a construção e divulgação do código de ética de uma organização. Para a autora, é desejável que um número expressivo de funcionários, representando todas as áreas da organização participem da construção deste documento.

Reuniões realizadas fora do ambiente da organização proporcionam o ambiente desejável para que todos possam trabalhar, discutir e produzir sem interrupções e com foco no que está sendo proposto.

Observe que a proposta é iniciar pela discussão dos conceitos fundamentais que vimos aqui, neste nosso livro, afinal, nem todas as pessoas os conhecem.

Figura 16.1 Etapas da construção e divulgação do código de ética organizacional

DIVERSIDADE	Conceitos fundamentais: ética, moral, valores e cidadania
	Percepção individual sobre estes conceitos
	Situações vividas e percepção individual
	Necessidade de normas para o sujeito ético
	Avaliação de códigos de ética já existente
	Adaptação para a necessidade da organização
	Validação e disseminação para todos os membros da organização

Fonte: Arantes (2011)

Na sequência, é recomendável ouvir os participantes e compreender a percepção de cada um sobre o que foi apresentado além de conhecer as situações que já viveram e que envolveram temas como ética, moral, valores e cidadania. Esta etapa é especialmente importante para que a pessoa que está conduzindo este trabalho saiba como cada participante percebe estes temas, se são importantes, se fazem diferença em sua tomada de decisão, etc.

Nem todos compreendem a necessidade de haver um conjunto de normas para proporcionar o equilíbrio do relacionamento entre as pessoas no ambiente de trabalho e com os demais públicos com os quais a organização se relaciona. Recomendo, portanto, que seja feito um esclarecimento sobre este aspecto, inclusive com foco no aspecto da sanção baseada em princípios legais.

Uma vez compreendida esta necessidade, vale conhecer códigos de ética já existentes e colocados em prática por outras organizações do mesmo setor ou de negócios diversificados. Isso permite uma amplitude de percepção dos participantes inclusive na etapa da redação do código da organização adaptando o conteúdo do que já existe para a necessidade daquele momento.

A última etapa consiste em validar o documento, apresentando-o para a alta direção da empresa. Qualquer que tenha sido a avaliação do nível estratégico da organização, precisa ser comunicada para os integrantes do grupo que se reuniu e fez as discussões que descrevi até agora. Na sequência, este código precisa ser apresentado na íntegra para todos os funcionários.

Observe que não se trata de imprimir o documento e entregar no restaurante, na saída do almoço! Trata-se de reunir os funcionários em grupos, apresentar e abrir para discussão. É assim que se faz a comunicação ética e transparente do código de ética entre a organização e seus funcionários.

Algumas empresas criam canais de comunicação em que os interlocutores têm a opção de se identificar ou se manterem anônimos para relatar fatos ocorridos internamente e que ferem o código de ética. Para analisar estas situações, cria-se um comitê de ética formado por pessoas reconhecidamente éticas pelos funcionários da organização. Seus nomes são divulgados e todos ficam sabendo quem vai analisar, julgar e encaminhar tais situações. Se a pessoa que fez o relato se identificar, então ela deve receber um retorno do comitê de ética, isto faz parte da transparência desejada neste processo.

Para você refletir

Você conhece o código de ética da organização em que trabalha? Como você tomou conhecimento deste documento: foi entregue no processo de admissão; comunicado a você em detalhes por seu superior imediato; foi entregue a você pelo seu superior imediato, mas sem qualquer discussão a respeito. Qual sua impressão sobre este procedimento interno na sua organização? Se você pudesse fazer uma sugestão sobre o código de ética da empresa onde trabalha, o que diria?

Resumo

Nesta aula, vimos que a importância da elaboração do código de ética volta-se para a orientação que a organização deseja dar para seus funcionários em relação à sua postura profissional, naquele negócio específico. Para que o documento seja legitimado por todos os funcionários ao invés de imposto pela alta direção é importante que seja construído em conjunto.

Reunir representantes de todas as áreas da empresa é o primeiro passo para este trabalho que envolve apresentação de conceitos voltados para ética, moral, valores, cidadania, entre outros que estamos estudando nestas nossas aulas. Conhecer as percepções das pessoas envolvidas nesta construção assim como consultar códigos de ética já existentes no mercado são atividades a serem propostas nesta reunião. Por fim, a construção do documento, sua validação com a alta direção e posterior comunicação para todos os funcionários da empresa, completa o ciclo de formatação do código de ética.



Leia a íntegra da palestra proferida pelo jurista brasileiro Dalmo de Abreu Dallari sobre Ética, disponível no link <https://gestao.dnit.gov.br/institucional/comissao-de-etica/artigos-e-publicacoes/publicacoes/Etica-Dalmo%20de%20Abreu%20Dallari.pdf> acessado em 24/04/2011. Quais pontos chamaram sua atenção no texto? Reflita e discuta com seus amigos.

Aula 17 – Ferramentas de Gestão

Nesta aula vamos aprender de que forma devemos utilizar a Sustentabilidade como ferramenta de gestão, vamos conhecer as ferramentas já utilizadas por grandes empresas, como Indicadores Ethos, FNQ - Fundação Nacional de Qualidade e as Normas ISO.

17.1 Ferramentas de gestão de organizações sustentáveis

As ferramentas de gestão são métodos, critérios e formas de gerenciar negócios em busca de resultados positivos, assim modernas metodologias abordam as questões sociais e ambientais como forma de obter maiores ganhos nos mercados em que atuam, por isso vamos conhecer agora os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, a Fundação Nacional da Qualidade e as Normas ISO 9000.

17.2 Indicadores Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma Oscip (organização da sociedade civil de interesse público), tendo como objetivo principal auxiliar empresários a gerenciar seus negócios seguindo uma conduta pautada no desenvolvimento social e ambiental, criando valores positivos para toda a sociedade. Desde 1998, seu ano de fundação, o Ethos auxilia na troca de conhecimentos sobre ferramentas de gestão e melhores práticas para a busca da lucratividade do negócio comprometido com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

Seus 1218 associados – empresas de diferentes setores e portes – têm faturamento anual correspondente a aproximadamente 35% do PIB brasileiro e empregam cerca de 2 milhões de pessoas, tendo como característica principal o interesse em estabelecer padrões éticos de relacionamento com funcionários, clientes, fornecedores, comunidade, acionistas, poder público e com o meio ambiente. (ETHOS, 2006)

(ETHOS. Disponível em <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 27 set. 2006).

Os indicadores são os seguintes: valores, transparência e governança; público interno; meio-ambiente; fornecedores; consumidores e clientes; comunidade; e governo e sociedade.

Valores, transparência e governança: leva em conta a auto-regulação da conduta, compromissos éticos e enraizamento da cultura organizacional, bem como relações transparentes com a sociedade, diálogo com os *stakeholders*, relações com a concorrência e apresentação do balanço social.

Público interno: deve dialogar com a empresa, na relação com sindicatos e na gestão participativa, além de preocupar com o futuro das crianças, pela valorização da diversidade e pelo compromisso com as relações trabalhistas.

Meio Ambiente: relativo às gerações futuras e com o comprometimento da empresa com o meio ambiente, educação e educação ambiental, também deve gerenciar o impacto ambiental e o ciclo de vida de seus produtos e serviços.

Fornecedores: prevê uma adequada seleção, avaliação e parceria com fornecedores, criando critérios de erradicação da mão-de-obra infantil e trabalho forçado na cadeia produtiva.

Consumidores: abrange a dimensão social do consumo, suas políticas de comunicação comercial, excelência no atendimento, conhecimento e gerenciamento de danos provenientes do uso de produtos ou de serviços.

Comunidade: é preciso gerenciar os impactos na comunidade local, por meio de investimento, financiamento e gerenciamento de projetos sociais que visem diminuir os impactos, e proporcionando o bem-estar social.

Governo e Sociedade: abrange a transparência política, as práticas anticorrupção, bem como a participação em projetos sociais governamentais.

Com base nestes indicadores, as empresas podem criar estratégias para seus negócios, levando em conta a gestão social e ambiental, assim podemos dizer são ferramentas de gestão.

17.3 Fundação Nacional da Qualidade: MEG e PNQ

A fundação Nacional da Qualidade é uma organização sem fins lucrativos que busca criar padrões de qualidade e excelência em gestão, e administra o PNQ - Prêmio Nacional de Qualidade desde 1991. Seu principal objetivo é criar critérios para aumentar a competitividade das organizações e assim reverter para a sociedade em benefícios por meio do aumento de geração de empregos e renda.

A FNQ criou o Modelo de Excelência da Gestão — MEG que são critérios internacionais utilizados por empresas líderes que buscam a melhoria contínua em seus processos. Este modelo segue alguns critérios, que devem fazer parte das empresas que objetivam utilizá-lo como ferramenta de gestão:

1. Pensamento sistêmico,
2. Aprendizado organizacional;
3. Cultura de inovação;
4. Liderança e constância de propósitos;
5. Orientação por processos e informações;
6. Visão de futuro;
7. Geração de valor;
8. Valorização das pessoas;
9. Conhecimento sobre o cliente e o mercado;
10. Desenvolvimento de parcerias;
11. Responsabilidade social.

Percebam que para que uma organização alcance a excelência em seus processos de gestão, ela deve tomar decisões baseadas em princípios éticos e que não prejudiquem nenhum de seus *stakeholders*, de forma que esta boa relação entre todos os elementos trará benefícios para a organização, como por exemplo melhoria na imagem da marca e fidelização de clientes.

O PNQ - Prêmio Nacional da Qualidade utiliza como parâmetros os 8 critérios de Excelência que apresentamos abaixo, e que podem ser conhecidos no *site* da Fundação Nacional da Qualidade

Critérios de Excelência:

1. Liderança
 - 1.1 Governança corporativa
 - 1.2 Exercício da liderança e promoção da cultura da excelência
 - 1.3 Análise do desempenho da organização
2. Estratégias e Planos
 - 2.1 Formulação das estratégias
 - 2.2 Implementação das estratégias
3. Clientes
 - 3.1 Imagem e conhecimento de mercado
 - 3.2 Relacionamento com clientes
4. Sociedade
 - 4.1 Responsabilidade socioambiental
 - 4.2 Desenvolvimento social
5. Informações e Conhecimento
 - 5.1 Informações da organização
 - 5.2 Ativos intangíveis e conhecimento organizacional
6. Pessoas
 - 6.1 Sistemas de trabalho
 - 6.2 Capacitação e desenvolvimento
 - 6.3 Qualidade de vida
7. Processos
 - 7.1 Processos principais do negócio e processos de apoio
 - 7.2 Processos relativos aos fornecedores
 - 7.3 Processos econômico-financeiros
8. Resultados
 - 8.1 Resultados econômico-financeiros
 - 8.2 Resultados relativos aos clientes e ao mercado
 - 8.3 Resultados relativos à sociedade
 - 8.4 Resultados relativos às pessoas
 - 8.5 Resultados relativos à processos
 - 8.6 Resultados relativos à fornecedores

Fonte: <http://www.fnq.org.br/site/402/default.aspx> Acesso em 18/05/2012

17.4 As normas ISO

Quando falamos em qualidade, vem logo à nossa cabeça a ISO 9000, e logo pensamos que a organização que possui a ISO, possui automaticamente a qualidade, mas isso não é verdade.

As normas ISO tem como objetivo a padronização de procedimentos, que significa realizar as tarefas de uma única forma, pois assim permite a menor variação dos processos, gerando mais controle e qualidade.

De acordo com Menger (2012) as normas ISO 9000 são compostas pelas seguintes normas primárias:

ISO 9000:2000: Sistemas de Gestão da Qualidade – fundamentos e vocabulários. Trata dos fundamentos da qualidade, conceitos, princípios e todo o vocabulário utilizado no texto da ISO 9001:2008. Ou seja, facilita a leitura da norma a seguir.

1. ISO 9001:2008: Sistema de Gestão da Qualidade – Requisitos. Trata do que fazer para implantar um sistema de gestão da qualidade – SGQ.
2. ISO 9004:2000: Sistema de Gestão da Qualidade – Diretrizes para melhoria do desempenho. Trata da melhoria do desempenho organizacional, principalmente após a certificação.

Ainda para a mesma autora, a ISO 9000 possui oito princípios implantar e gerenciar um programa de gestão da qualidade:

1. **Foco no cliente:** sendo este o objetivo maior da organização, os produtos e serviços devem atender às expectativas de seus consumidores;
2. **Liderança:** o envolvimento dos líderes da organização na implantação da gestão da qualidade é fundamental para atingir os objetivos;
3. **Envolvimento das pessoas:** envolver as pessoas significa fazer com que elas acreditem na qualidade e cumpram os requisitos para chegar até lá.
4. **Abordagem de processos:** integrar os processos para que todos proporcionem a qualidade no resultado final.
5. **Abordagem sistêmica de gestão:** as pessoas e processos devem estar focados na busca pelos resultados, assim todos devem ter a visão do “todo” da organização;

6. **Melhoria contínua:** a incessante busca por sempre melhorar o que temos hoje;
7. **Abordagem factual para a tomada de decisão:** decisões devem ser tomadas baseados em informações precisas e claras.
8. **Relacionamento mutuamente benéfico com os fornecedores:** criar relacionamentos tipo ganha-ganha com fornecedores, isto gera valor para ambos.

Podemos perceber que utilizar corretamente as ferramentas de gestão nas organizações fará com que elas alcancem resultados que vão além do lucro financeiro e desta forma traz competitividade e sustentabilidade financeira do seu negócio.

Tabela 7.1: Normatização e Certificações

ISO 14000	Relacionado ao meio ambiente
ISO 9001	Relacionado a sistemas de gestão de qualidade
OHSAS 18001	Relacionada a segurança e saúde no trabalho
CE EMAS	Relacionada a processos ambientais
BS 8855	Relacionada a questões ambientais
AS 8000	Relacionada a direitos sociais
ABNT NBR 16001	Relacionada a responsabilidade social
ISO 26000	Relacionada a responsabilidade Social

Fonte: os autores

A ISO 14000 vem fazer frente a necessidade das organizações controlarem seus processos produtivos com itens relacionados ao meio ambiente, sendo ainda uma necessidade em alguns casos, já que grandes organizações como é o caso da Petrobras exigir de seus fornecedores sejam possuidores da referida ISO.

Quando a organização consegue ter seus processos avaliados por uma auditoria independente, indica a preocupação com o meio ambiente e conscientiza os colaboradores com relação ao tema, indicando uma economia de materiais somente evitando o desperdício de materiais, também conseguem seguros mais baratos pois as seguradoras avaliam que existem uma menor probabilidade de ocorrências relacionadas com o meio ambiente.

Estas organizações também conseguem gerenciar melhor seus processos ambientais, cumprem a legislação existente, diminuem seus custos e melhoram sua lucratividade, além de criar uma imagem favorável junto ao público consumidor.

Resumo

Nesta aula aprendemos o que são ferramentas de gestão, de modo especial os indicadores Ethos, a Fundação Nacional de Qualidade e as normas ISO, percebam que a sustentabilidade está presente em todos estes indicadores, e que as relações éticas e duradouras com todos os parceiros da organização é um diferencial competitivo para os negócios.

Atividades de aprendizagem

- Pesquise os indicadores Ethos e da FNQ e verifique quais deles a organização em que você trabalha já atende suficientemente.

[illegible]

Aula 18 – Investimento em ações sócio ambientais e o impacto na imagem da marca

Nesta aula vamos entender de que forma os investimentos realizados pelas empresas em programas sociais e ambientais podem impactar positivamente na imagem da marca de seus negócios rendendo lucros e ganhos de mercado.

Filantropia e Investimento social

Há uma certa confusão entre os conceitos relativos a estes dois temas levando pessoas e organizações a considerarem equivocadamente os investimentos feitos seja em filantropia ou em investimento social, acreditando que ambos caminhos levam ao mesmo objetivo. Vamos compreender então o que significa cada um destes termos e o que representam para as pessoas e para as organizações.

18.1 Conceito de filantropia

Filantropia, como indica o Dicionário on-line, é “um sentimento que leva os homens a ajudar os outros”. Observe que no centro desta definição encontra-se o verbo “ajudar”. Você é uma pessoa que ajuda aquelas que necessitam? Quando nos referimos à filantropia, estamos nos voltando para o assistencialismo, a benemerência. Nada se pede em troca da ajuda oferecida e prestada. Isso pode ser feito no nosso cotidiano ou numa situação emergencial como uma enchente, por exemplo. Disponível em: <http://www.dicio.com.br/filantropia/> acessado em 18/09/2011

Muitas pessoas são conhecidas por suas ações filantrópicas, como a Dra. Zilda Arns Neumann, brasileira, médica sanitária, fundadora e presidente da Pastoral da Criança. Ela faleceu durante uma de suas missões humanitárias, durante o terremoto ocorrido no início de 2010, no Haiti.

As empresas também realizam ações filantrópicas por meio de doações em dinheiro, pelas Fundações ou Institutos que criam ou ainda mobilizando seus funcionários para o voluntariado empresarial. Você já ouviu falar nas ações realizadas pela Fundação Bradesco ou pelo Instituto HSBC de Solidariedade, ambos voltados para projetos sociais. Vale ressaltar que as empresas voltam-se também em grande parte para o investimento social cujo objetivo vai além do curto prazo das ações filantrópicas.

18.2 O investimento social privado

O investimento social privado segundo o Instituto Ethos, tem como características: ações de interesse público; planejamento do investimento sistemático a ser feito; monitoramento dos resultados obtidos face ao que foi previsto e o longo prazo de suas ações e resultados. Ao contrário do imediatismo da filantropia, o investimento social privado busca preparar crianças, jovens e adultos para uma vida saudável, com qualificação profissional, educação ambiental e encaminhamento para o mercado de trabalho. Disponível em <http://www.uniethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=4001&Alias=uniethos&Lang=pt-BR> acessado em 18/09/2011

Evidentemente, isso não se consegue da noite para o dia! Por isso mesmo, é preciso planejamento, recursos financeiros, humanos e tecnológicos e pessoas capacitadas para gerenciá-los. O terceiro setor, composto pelas Organizações Não Governamentais (ONGs), tem atuado neste sentido, além do assistencialismo. Já vimos alguns exemplos de ONGs há pouco quando falamos nas fundações e institutos.

As empresas podem atuar no campo do investimento social privado por meio de suas próprias ONGs ou então por parcerias feitas com o terceiro setor cujo conhecimento em termos de ações sociais e ambientais é mais profundo. Veja nesta aula um exemplo de ação realizada dentro do conceito de investimento social privado em parceria com o terceiro setor, por meio da ONG Centro de Democratização da Informática (CDI).

18.3 A imagem da marca de uma organização

As empresas buscam constantemente criar mecanismos para criar imagens positivas junto aos seus mercados consumidores, e a partir do momento em que esta imagem já existe, buscam melhorar a imagem, associando seus produtos e serviços com o esporte, projetos sociais, ambientais e comunitários. Desta forma, percebeu-se que ao longo dos anos os consumidores estão cada vez mais sensíveis a estes investimentos que as empresas realizam, consumindo cada vez mais seus produtos e tornando-se fieis a determinadas marcas.

Assim o investimento social e ambiental por parte de empresas privadas é o uso planejado, realizado de forma voluntária de recursos financeiros aplicados em projetos que são de interesse público. Pois à medida em que investe-se nestes projetos, a empresa espera que não seja necessário gastar verba com propaganda, mas que tais projetos gerem publicidade e assim trarão resultados positivos para a empresa. Assim precisamos conhecer a diferença entre propaganda e publicidade:

1. Propaganda: É qualquer apresentação e promoção paga e impessoal de ideias, bens ou serviços na mídia, feitas por um patrocinador identificado, sendo que seus principais objetivos são informar, persuadir e relembrar sobre a necessidade de consumir novos produtos, sua utilização, mudanças e melhorias de suas características, seus serviços, bem com o convencer sobre as vantagens de se consumir um serviço em detrimento de outro, e as facilidades para localizá-lo. Algumas formas de propaganda são cartazes, painéis, *outdoors*, faixas, jornais, revistas, televisão, rádio e outros que quando estrategicamente posicionados e anunciados.
2. Publicidade: Significa qualquer apresentação não paga, impessoal e orientada de um produto ou serviço na mídia, sendo que é possível utilizar as relações com a imprensa, publicidade do produto, comunicações internas da organização (jornais da empresa), comunicação externa da organização (relatórios anuais) e relações governamentais, o que se costuma chamar de lobby.

Assim as empresas estão cada vez mais utilizando dos projetos sociais e ambientais para comunicar e conquistar novos consumidores, por meio da publicidade gerada por meio de projetos bem elaborados e que são relevantes para a comunidade.

18.4 Benefícios do investimento em programas sociais e ambientais

Você deve estar pensando que as empresas investem somente para obter vantagens?

Não é bem assim, podemos dizer que elas fazem o bem e recebem como retorno de seu investimento a fidelidade de clientes e o incremento em vendas, esta é uma resposta esperada aos investimentos, pois se trata de uma relação “ganha-ganha”.

Destacamos alguns benefícios mais comuns decorrentes de investimentos sociais privados:

1. Atrair novos clientes e consumidores;
2. Criar oportunidades para novos produtos e mercados;
3. Atrair e reter talentos;
4. Intensificar proximidade com *stakeholders*;
5. Adicionar valor à imagem da marca;

6. Promover a gestão de riscos;
7. Antecipar-se às demandas das comunidades locais;
8. Atrair investidores

18.5 Sustentabilidade gerando negócios

Muitos empreendedores estão utilizando a questão ambiental para criar negócios e gerar empregos e renda. Seja por meio da legislação que cria normas e regulamentos objetivando a minimização de danos ambientais ou pela oportunidade de novos negócios, o meio ambiente tem sido merecedor de atenção de todos nós.

Produtos e serviços surgem a todo o momento, seja por meio da reciclagem de materiais ou pela utilização de matérias primas baseadas em novos insumos, fazem com que a geração de negócios seja próspera.



Figura 18.1: Produtos fabricados à base de produtos reciclados.

Fonte: <http://www.setorreciclagem.com.br> e <http://nomeiodoambiente.blogspot.com.br>

Da mesma forma que o meio ambiente é responsável pela criação de novos produtos e serviços, muitas empresas estão utilizando desta tendência para agregar valor ao seu negócio já existente.

Vejamos o caso do Banco Real, adquirido pelo Grupo Santander em 2007, este banco se tornou referência em sustentabilidade, seja por meio de suas próprias ações de utilização consciente de recursos, quanto pela mudança no comportamento de seus clientes, onde o banco disponibiliza a coleta de pilhas, baterias e óleo de cozinha e os destina corretamente.

O Banco Relat construiu a primeira agência bancária do Brasil com construção ambientalmente correta no município de Cotia/SP, como podemos ver na figura x.



Figura 18.2: Agência do Banco Real - Grupo Santander

Fonte: <http://karlacunha.com.br>

Resumo

Nesta aula pudemos aprender de que forma o investimento social pode gerar lucros para as empresas que sabem a utilizar. A publicidade gerada por meio dos programas sociais e ambientais contribui para a construção de uma imagem positiva para a organização.

Atividades de aprendizagem

- Observe a charge que apresenta de que forma o homem utilizou o meio ambiente para sua sobrevivência ao longo dos anos:



Figura 18.3: Homem e meio ambiente

Fonte: <http://conexaoambiental.zip.net>



O Instituto Ronald McDonald divulga em seu site <http://www.instituto-ronald.org.br/index.php/noticias/297-comeca-campanha-2011-mcdia-feliz-para-transformar-big-mac-em-sorrisos> mais informações sobre a campanha McDia Feliz. Saiba mais sobre seu histórico e sobre as ações realizadas em 2011, em todo país.



Leia o texto "Os 10 mandamentos da responsabilidade social". Conheça a opinião de Stephen Kanitz lendo o conteúdo disponível no link http://www.filantropia.org/artigos/kanitz_responsabilidade_social.htm acessado em 18/09/2011. Qual sua opinião a respeito das colocações de Kanitz? Discuta com seus colegas a respeito das polêmicas trazidas pelo autor sobre o papel da iniciativa privada em relação a ações de filantropia e inclusão social.



Aula 19 – Políticas brasileiras no contexto ambiental

Apresentaremos os conceitos de políticas públicas, procuraremos demonstrar como chegamos na legislação ambiental atual no Brasil e um breve apanhado da legislação brasileira sobre meio ambiente, e a forma de utilização.

19.1 Política Ambiental Brasileira

O meio ambiente vem sendo tratado pelos políticos brasileiros de forma bem acanhada pela publicação de diversos documentos como é o caso dos Códigos de Caça, e Florestal e de Minas em 1934, o Código de Águas em 1937, ainda no governo Vargas.

Somente na década de 1960 com a rápida industrialização e suas consequências relacionadas com a quantidade de resíduos e poluição gerada é que se começa a debater-se a necessidade de proteção ambiental e é criado o Código Florestal e o Código de Proteção a Fauna Silvestre em 1967.

Nesta época poluição era sinônimo de desenvolvimento e os governos (pelo menos o brasileiro) não viam com bons olhos pessoas ou organizações que contestassem isto, tanto que durante a realização da 1ª Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente ocorrida em Estocolmo em 1972 o Brasil se fez representar pelo então Ministro Costa Cavalcante que colocou uma faixa na mesa onde estava a representação brasileira e que segundo Viola (1990) estava escrito:

“Bem-vindos à poluição, estamos abertos a ela. O Brasil é um país que não tem restrições, temos várias cidades que receberiam de braços abertos a sua poluição, porque nós queremos empregos, dólares para o nosso desenvolvimento”

Ainda bem que passado muito tempo o discurso político foi alterado e hoje os interesses públicos e da população são levados em conta na formulação de políticas adequadas.

Em 1973 é criada a Secretaria Especial do Meio Ambiente para tratar do tema e auxiliar a Presidência da República com o tema, São Paulo cria a CETESB em 1973 e a FEMMA no Rio de Janeiro.

Algumas leis foram criadas para fazer frente a problemas específicos, surgindo leis como o da Prevenção da Poluição Industrial, Zoneamento Industrial, Parcelamento de solo urbano, Criação de Estações Ecológicas e Áreas de Proteção Ambiental.

A política propriamente dita chamada de Política Nacional do Meio Ambiente (Sisnama) foi criada em 1981

O Sisnama é composto por:



Figura 19.1: baseado na Lei 6.938.

Fonte: os autores

Em 1986 através de uma resolução do CONAMA é instituído o EIA – Estudo de Impactos Ambientais e o RIMA – Relatório de Impactos Ambientais, em 1988 temos a criação do IBAMA, e a lei sobre Gerenciamento Costeiro, e a Lei sobre utilização de Agrotóxicos.

Para Maioli e Stadler (2011, p. 124)

As políticas públicas são o resultado de ações de poder, dentro do conceito de democracia, podemos de uma forma simplista definir que Política Pública é aquilo que o governo dentro do prazo de validade do seu mandato político decide ou não fazer, pode ser planos e programas de ação governamental que objetivam elucidar determinado problema existente, nos quais algumas diretrizes e metas são buscadas ao longo de um período.

Fica sobre responsabilidade do governo para fazer cumprir os direitos dos cidadãos, indicar políticas, programas e ações a serem desenvolvidos para fundamentar o bem estar de todos.

Existem uma série de intervenções que são realizadas pelo governo seja na forma de indicar ações a serem desenvolvidas, seja na indicação de instrumentos a serem utilizados pelas organizações, onde por exemplo, podem ser indicados os padrões de emissões, padrões de qualidades, padrões de desempenho, etc além de indicar tributação ou isenção fiscal para melhorar o desempenho das organizações em quesitos ambientais.

O governo também indica quantidade de poluentes que podem ser emitidos, também as características relacionadas com qualidade e de desempenho. Podendo restringir a produção de alguns produtos em determinadas localidades, e a proibição da utilização de determinados materiais.

Em 1988 com a nova Constituição Federal, ficou estipulado no capítulo VI que trata do meio ambiente. Sendo um importante avanço no segmento, considerada uma referência para o mundo.

Capítulo VI - do meio ambiente

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º - Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:

I - preservar e restaurar os processos ecológicos essenciais e prover o manejo ecológico das espécies e ecossistemas;

II - preservar a diversidade e a integridade do patrimônio genético do País e fiscalizar as entidades dedicadas à pesquisa e manipulação de material genético;

III - definir, em todas as unidades da Federação, espaços territoriais e seus componentes a serem especialmente protegidos, sendo a alteração e a supressão permitidas somente através de lei, vedada qualquer utilização que comprometa a integridade dos atributos que justifiquem sua proteção;

IV - exigir, na forma da lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente, estudo prévio de impacto ambiental, a que se dará publicidade;

V - controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente;

VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente;

VII - proteger a fauna e a flora, vedadas, na forma da lei, as práticas que coloquem em risco sua função ecológica, provoquem a extinção de espécies ou submetam os animais a crueldade.

§ 2º - Aquele que explorar recursos minerais fica obrigado a recuperar o meio ambiente degradado, de acordo com solução técnica exigida pelo órgão público competente, na forma da lei.

§ 3º - As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados.

§ 4º - A Floresta Amazônica brasileira, a Mata Atlântica, a Serra do Mar, o Pantanal Mato-Grossense e a Zona Costeira são patrimônio nacional, e sua utilização far-se-á, na forma da lei, dentro de condições que assegurem a preservação do meio ambiente, inclusive quanto ao uso dos recursos naturais.

§ 5º - São indisponíveis as terras devolutas ou arrecadadas pelos Estados, por ações discriminatórias, necessárias à proteção dos ecossistemas naturais.

§ 6º - As usinas que operem com reator nuclear deverão ter sua localização definida em lei federal, sem o que não poderão ser instaladas.

Fonte: www.lei.adv.br/225-88.htm

Em 1991 temos a criação de uma legislação sobre Política Agrícola, em 1995 sobre Engenharia Genética, a utilização de Recursos Hídricos em 1997 e sobre Crimes Ambientais em 1998, em 1999 temos a criação que cria a Política Nacional de Educação Ambiental, em 2000 é criado o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza, em 2001 temos a criação do Estatuto das Cidades.

Sabemos que estabelecer uma políticas adequada não é fácil, pois sempre temos os descontentes que exigem ou sugerem alterações, o que é o cerne de uma democracia, onde todos devem exigir de nossos governantes o melhor para o futuro.

Para você refletir

Quais são as medidas que seu município toma para garantir o desenvolvimento econômico da região ao mesmo tempo em que promove a preservação ambiental?

Resumo

Nesta aula tratamos das políticas públicas e como sua formulação indica os caminhos para que organizações, empresas e pessoas possam tratar de assuntos relacionados com o meio ambiente.

Anotações



A conciliação entre desenvolvimento econômico ao mesmo tempo em que se busca a preservação do meio ambiente é o tema da matéria "A legislação ambiental no Brasil e em São Paulo, disponível para sua leitura no *link* http://ambientes.ambientebrasil.com.br/gestao/artigos/a_legislacao_ambiental_no_brasil_e_em_sao_paulo.html acessado em 18/09/2011.

Aula 20 – Nossos esforços para contribuir para a sustentabilidade de nossa comunidade, das organizações e do planeta

Nesta aula vamos entender de que forma a sociedade civil organizada pode contribuir para a sustentabilidade, partindo da nossa realidade local enquanto cidadãos e partindo para questões regionais, nacionais e internacionais. Todo esforço só tem valor quando há união das pessoas em busca dos objetivos comuns.

20.1 Atribuição de Papéis

Cada elemento da sociedade tem por sua própria opção mudar a realidade, como já dizia o político Teotônio Vilela “Temos todos por ação ou omissão, estímulo ou incompreensão responsabilidades dos fatos da história.” Cabendo a nós lutarmos pela melhoria de sua própria condição de vida.

Nossa contribuição pode ser feita por uma denúncia, por não aceitar uma situação, por defender os mais necessitados ou contribuir para que ONGs auxiliem as pessoas, o meio ambiente ou a diferentes organizações.

20.2 O Papel da Sociedade Civil

A sociedade civil pode e deve se comprometer com a busca de um mundo melhor onde todos tenham oportunidade em desenvolver seu potencial de forma a contribuir, por exemplo, para a melhoria da qualidade de vida e em respeitar o meio ambiente.

Nossa Constituição de 1988 abre a oportunidade da sociedade civil no debate e tomada de decisões na formulação de políticas públicas, embora exista um sintoma de falta de representatividade, fazendo com que pessoas deixem de acreditar em políticos e não se sintam devidamente representados.



Figura 20.1: participação popular

Fonte: <http://www.dhnet.org.br>

20.3 O Papel das ONGs

As ONGs estão atuando de forma extremamente eficiente em todo o planeta, são capazes de atuarem de vivenciarem a realidade de diferentes populações, compartilhando as dificuldades existentes e realizando ações que contribuem para a construção de um mundo mais justo e equânime.

A legislação Brasileira define que toda ONG é uma organização de Direito Privado Não Governamental, e é formada pela livre associação de pessoas, empresas ou grupos de interesse por determinado tema e que tenham finalidades não lucrativas. Recordem que existem ONGs que visam lucro como hospitais, faculdades ou fundações.



Figura 20.2: WWF e Greenpeace

Fonte: <http://www.wwf.org.br/> e www.greenpeace.com.br

As ONGs contribuem para que os cidadãos se mobilizem e busquem seus direitos de forma a melhorar as condições existentes, hoje em dia com a globalização as ONGs conseguem angariar fundos e trabalho voluntário para diferentes causas, se uma organização não respeita as leis, costumes ou meio ambiente de uma localidade é possível protestar contra ela em diversos lugares do mundo.

Stadler e Maioli (2011 p 143) afirmam que:

São comuns os boicotes e protestos contra empresas e organizações, elaborados e organizados pela internet, que, por seu custo baixíssimo e acesso ilimitado, possibilita que pessoas interessadas em determinados assuntos ou tópicos relacionados com empresas sejam postados e lidos em qualquer lugar do mundo a qualquer dia e horário.

As ONGs buscam promover os **Direitos Humanos**, verificando se governos e organizações não praticam abusos ou violações, procuram incluir a **Participação Feminina** na política e buscando proteger e incluir as mulheres em decisões políticas e nas questões econômicas.

Procuram defender uma **Imprensa Livre**, com padrões éticos na divulgação de feitos jornalísticos, contribuem para que a **Alternância no Poder** seja uma prática do **Estado de Direito e Democrático**, onde as minorias sejam ouvidas e que recebam programas e projetos governamentais que contribuam para a sua existência e divulguem seus direitos.

São exemplos de ONGs o Greenpeace e a WWF que congregam grande quantidade de pessoas e recursos para atuarem na defesa do meio ambiente em escala global.

Estas ONGs são supranacionais já que recebem doações de pessoas de todo o mundo e atuam também em todo o mundo, existem inúmeras como a Cruz Vermelha, Médicos sem Fronteiras, Pacto Global, Anistia Internacional e Oxfam.

Claro que existem ONGs de cunho brasileiro como o IBASE – Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas, o Instituto Ethos, o Instituto de Defesa do Consumidor ou o CEBDS – Centro Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável.

20.4 O Papel do técnico em meio ambiente

O técnico em meio ambiente deve utilizar de suas habilidades de comunicação para persuadir os gestores a tomar decisões baseadas em princípios do desenvolvimento sustentável, contribuindo para que as ferramentas de gestão sejam utilizadas nas organizações sejam em favor do desenvolvimento sustentável da empresa, beneficiando funcionários, clientes, fornecedores, comunidade do entorno, baseado em atitudes éticas.

O profissional e Meio Ambiente pode contribuir para minimizar impactos ambientais relacionados com a água, o ar, o solo, a poluição visual e sonora.

Nas organizações este profissional pode contribuir para a implementação de Sistemas de Gestão Ambiental, prestar consultoria para questões ambientais.

Resumo

Todos nós devemos levar em conta que existe uma grande quantidade de ações que podemos atuar para contribuir para com um futuro melhor e mais adequado a todos. Que respeite pessoas, meio ambiente e contribua para a melhoria da qualidade de vida para todos.



Assista ao vídeo disponível no link <http://mercadoetico.terra.com.br/tv-new/?c=5798> acessado em 18/09/2011 em que Ignacy Sachs responde às perguntas: Há futuro para a Humanidade? Há futuro para o planeta? O depoimento deste economista franco-polonês que veio para o Brasil em 1941 vai ajudá-lo a refletir após tudo que discutimos em nossas aulas.



- [illegible]

Referências

ARANTES, Elaine Cristina. Empreendedorismo e responsabilidade social. Elaine Cristina Arantes, Zelia Halicki; Adriano Stadler (Org). Curitiba: Ibpx, 2011 – (Coleção Gestão Empresarial; v. 4)

_____. Ética e relações interpessoais. IFPR 2012.

ANSOFF, I.; MCDONNELL, E.J. **Implantando a administração estratégica**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1993.

BENJAMIN, Antônio Herman V. A proteção do meio ambiente nos países menos desenvolvidos: o caso da América Latina. Revista de Direito Ambiental. SP: Revista dos Tribunais, [s.d.]. n. 0.p. 85.

BOWEN, H.R. Social Responsibilities of the businessman. Nova Iorque: Harper & Brothers Publishers, 1953.

CARROLL, A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. **Academy of Management Review**. v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

_____. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. **Business Horizons**, p. 39-48, July-August 1991.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Magazine, Sep 13, 1970. p. 122-126.

_____. Milton Friedman responds. Business and society review, Spring, Issue 1, 1972. Entrevista concedida a John McClaughry.

GRAMMS, Lorena; LOTZ, Erika. **Administração estratégica e planejamento**. Curitiba: Ibpx: 2004.

INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: Brasil2004. Rio de Janeiro. IBGE. 2004. 400 p. (Estudos e pesquisa. Informação geográfica, n.4)

INSTITUTO ETHOS – <http://ethos.org.br> – Acesso em 20/05/2012

Objetivos de Desenvolvimento do Milênio – Relatório Nacional de Acompanhamento. BRASÍLIA: Ipea, 2010. Disponível em <http://www.mds.gov.br/> acessado em 03/05/2011.

PNUD. Relatório de Desenvolvimento Humano 2010. <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2010/chapters/pt/> acessado em 03/05/2011.

SÁ, Antonio Lopes de. Ética profissional. 8.Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SACHS, Ignacy. As condições do Desenvolvimento in: Terra, patrimônio comum: a ciência a serviço do meio ambiente e do desenvolvimento (coord) Martine Barrère: São Paulo: Nobel.1992.

VÁSQUEZ, Adolfo Sánchez. Ética. 18. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

MELO NETO, F.P.; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MENGER, Karen Menger da Silva. **Gestão da Qualidade**. E-tec – Ministério da Educação.

MOTTA, Nair de Souza. Ética e vida profissional. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1984.

STADLER, Adriano **Responsabilidade Social e Imagem Corporativa de uma Instituição de Ensino Superior na Percepção do Corpo Docente**. Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu SC: 2007.

_____, Adriano. HALICKI, Zélia e ARANTES, Elaine. **Empreendedorismo e Responsabilidade Social**. Curitiba: Editora IBPEX, 2011

_____, Adriano. MAIOLI, Marcos Rogério. **Organizações e Desenvolvimento Sustentável**. Curitiba: Editora IBPEX, 2011

_____, Adriano. **Introdução à Administração**. Araras: Editora Proescola, 2010.

_____, Adriano. **Teoria da Administração**. Araras: Editora Proescola, 2011.

Referências das figuras

Figura 1.1: Triple Bottom Line

Fonte: baseado em IBGE, 2004

Figura 1.2: Planeta Terra visto do espaço

Fonte: <http://www.lupa.facom.ufba.br/2009/06/pequenas-acoes-contribuem-para-a-sustentabilidade-do-planeta/>

Figura 2.1: Gro Brundtland

Fonte: <http://www.riosvivos.org.br/Noticia/Existe+um+abuso+do+conceito+de++sustentabilidade+/17803>

Figura 2.2 : Floresta Amazônica

Fonte: <http://interativo3a.wordpress.com/2010/05/18/floresta-amazonica/>

Figura 3.1: Os pilares da sustentabilidade

Fonte: Stadler e Maioli (2011)

Figura 5.1: Agenda 21

Fonte: http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/agen_images/agenda21_cover_sml.gif

Figura 5.2: 8 formas de mudar o mundo

Fonte: www.portlodm.com.br

Figura 8.1 Pacto Global: Iniciativa do secretário geral da ONU, Kofi Annan, anunciada em 1999.

Fonte: http://top-people.starmedia.com/politics/kofi-annan_17865.html e http://commdev.org/section/intnl_standards/intnlframework

Figura 9.1: Instituto Ethos

Fonte: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>

Figura 9.2: Milton Friedman

Fonte: <http://amateureconblog.blogspot.com.br/2009/05/milton-friedman-on-canals-and-spoons.html>

Figura 10.1: A pirâmide da responsabilidade social corporativa

Fonte: <http://rp-responsabilidadesocial.blogspot.com.br/2012/05/piramide-de-responsabilidade-social.html>

Figura 10.2: Logomarca Petrobras

Fonte: <http://www.petrobras.com.br>

Figura 11.1: *Stakeholders*

Fonte: <http://www.tutor2u.net/blog/index.php/economics/comments/revision-stakeholders> e <http://www.manutencaoesu-primentos.com.br/conteudo/4930-funcao-dos-stakeholders-no-cenario-economico/>

Figura 11.2: Ações que influenciaram na mudança de cultura organizacional em relação às situações verificadas junto aos *stakeholders*

Fonte: Arantes (2012) pág. 62)

Figura 12.1: Interior do Museu Afrobrasil

Fonte: <http://www.museuafrobrasil.org.br/> acessado em 08/09/2011

Figura 13.1: Ética

Fonte: <http://www.umsoi.com/portugues/?p=86>

Figura 13.2: Bem e Mal

Fonte: <http://servicospublicos.com.br/etica-no-servico-publico-federal/>

Figura 13.3: Teste de ética

Fonte: Teste de Ética, composto de três perguntas de Blanchard e Peale (2001, p.29)

Figura 14.1: Virtudes

Fonte: <http://contacab.webnode.com/products/equipe-de-sucesso/>

Figura 15.1: Os níveis da gestão estratégica de uma organização

Fonte: Stadler (2010)

Figura 15.2: Logomarca Stihl

Fonte: www.stihl.com.br

Figura 16.1 Etapas da construção e divulgação do código de ética organizacional

Fonte: Arantes (2011)

Figura 18.1: Produtos fabricados à base de produtos reciclados.

Fonte: http://www.setorreciclagem.com.br/albums/album20/bolsa_reciclada_1.jpg e <http://nomeiodoambiente.blogspot.com.br/2009/09/sandalida-recicavel-chega-ao-mercado.html>

Figura 18.2: Agência do Banco Real - Grupo Santander

Fonte: http://karlacunha.com.br/wp-content/uploads/2009/12/banco_real_fachada.jpg

Figura 18.3: Homem e meio ambiente

Fonte: <http://conexaoambiental.zip.net/images/figura11.jpg>

Figura 19.1: baseado na Lei 6.938.

Fonte: os autores

Figura 20.1: participação popular

Fonte: <http://www.dhnet.org.br/redebrasil/manual/index.htm> e <http://www.inclusive.org.br/?p=18973>

Figura 20.2: WWF e Greenpeace

Fonte: <http://www.wwf.org.br/> e www.greenpeace.com.br

Atividades autoinstrutivas

1. Sobre desenvolvimento sustentável é correto afirmar que:

- a) Trata-se de um conceito desenvolvido em 1987 cujo foco está em orientar as organizações para que utilizem os recursos de que precisam na atualidade, mas sempre preservando-os para a utilização das gerações futuras.
- b) Se relaciona diretamente com o lucro das organizações que, para isso, precisam investir nos processos de gestão colocando a dimensão econômica acima dos aspectos ambientais e sociais.
- c) Nada tem a ver com os aspectos relacionados ao homem e ao meio-ambiente, voltando-se exclusivamente para a gestão de recursos humanos das organizações, iniciando por um processo de seleção justo.
- d) Está voltado exclusivamente para os aspectos ambientais, sobretudo para aqueles voltados ao aquecimento global, tão discutido na atualidade e cujo impacto é negativo para o planeta.
- e) Inclui temas que dizem respeito ao desenvolvimento interpessoal, com foco na capacitação das lideranças das organizações.

2. Sobre o conceito do *Triple Bottom Line*, é correto afirmar que:

- a) Está relacionado à obtenção de lucros extraordinários de uma empresa
- b) Trata-se do equilíbrio entre a busca do lucro, o respeito pelo social e ambiental.
- c) É um conceito superado pela recente movimentação para evitar o aquecimento no planeta.
- d) Contraria o princípio da administração das organizações por colocar foco no equilíbrio entre o lucro e a gestão de pessoas
- e) Relaciona-se exclusivamente à preservação ambiental.

3. Os principais problemas ambientais indicados abaixo estão diretamente relacionados com:

- a) Assoreamento dos rios, superpopulação de peixes e mudanças climáticas.
- b) Superpopulação, alterações climáticas e novas epidemias.
- c) Superexploração de recursos, extinção de espécies, aumento da pobreza e desigualdade.
- d) Alterações climáticas, aumento da violência, novos produtos e serviços.
- e) Extinção de espécies, aumento da temperatura e glaciações.

Indique a alternativa que corresponda as afirmativas corretas:

- () A alternativa correta é a letra A.
- () A alternativa correta está indicada pelas letras B e E.
- () A alternativa correta está indicada pela letra D
- () As alternativa corretas segundo do texto é o das letras B e C.
- () A alternativa correta está indicada pela letras D e E.

4. O estudo do Desenvolvimento Sustentável iniciou, basicamente, com diversos fatores que possibilitaram a sua apresentação.

Indique V para verdadeiro e F para falso nas afirmações abaixo indicadas, que demonstram o motivo do despertar do desenvolvimento sustentável, e logo depois indique a sequência correta.

- () A preocupação de pessoas comuns com o meio ambiente, com o seu estilo de vida e com o futuro do planeta.
- () A preocupação das ONGs para com o futuro do planeta e os impactos causados pelos homens.
- () A preocupação das empresas para com o planeta, as pessoas e sua dependência de recursos.
- () A preocupação de pesquisadores e cientistas sobre os impactos causados pelos homens no planeta.
- () A preocupação dos operários com a manutenção de seus empregos.

- a) V F V V F
- b) F V F V F
- c) F V V F V
- d) V F F F V
- e) V V F F F

5. Assinale com V ou F e depois marque logo abaixo a opção que se refere à sequência CORRETA. O conceito de Ecodesenvolvimento envolve as dimensões de sustentabilidade formuladas por Sachs, e que foram esclarecidas com o relatório Brundtland que são:

- () Social, Espacial, Ecológica, Econômica e Cultural
 - () Social, Espacial, Ecológica, Econômica e Cultural
 - () Ambiental, Social, Ecológica e Cultural
 - () Meio Ambiental, Financeira, Econômico, Cooperativa e Cultural
 - () Econômico, Ambiental, Ecológico, Sustentável, Social e Espacial
- a) F – V – F – F
 - b) F – V – V – F
 - c) F – V – F – V
 - d) V – F – F – F
 - e) V – F – F – V

6. Assinale V ou F e depois marque a sequência CORRETA.

- () A implantação da Agenda 21, segue o conceito “pensar globalmente, agir localmente”, contando com participação da população na cobrança de políticas públicas.
- () O Relatório do Clube de Roma foi divulgado em 1968 e buscava limitar o desenvolvimento dos países subdesenvolvidos.
- () As ONGs nasceram da impossibilidade dos governos em assumirem todos os compromissos com o setor privado.

() O Relatório Brundtland para o Desenvolvimento Sustentável afirma que o crescimento econômico e a proteção ambiental não são excludentes e que podem ocorrer simultaneamente.

a) F – V – F – F

b) V – V – V – V

c) F – V – F – V

d) V – F – F – V

e) V – V – V – V

7. Quando uma empresa causa um impacto ambiental ela esta sujeita a alguns tipos de pressão por seus *stakeholders*. Neste caso identifique o tipo de pressão e o grupo de interesse responsável e assinale com V ou F nas opções que seguem e depois marque logo abaixo a opção que se refere à seqüência CORRETA.

() Governo que através de sua agência ambiental, exige o cumprimento da legislação existente e aplica multa se for o caso. .

() Consumidores (da região, de outros locais ou de outros países inclusive) que podem deixar de comprar os produtos ou serviços ofertados pela empresa por entenderem que a organização não age de forma responsável.

() Moradores da região podem denegrir a imagem da empresa divulgando o que acontece de errado com a empresa para diversos públicos como: mídia, governo, colaboradores, etc.

() Investidores que cobram agilidade na solução do problema e demonstram sua preocupação com a desvalorização das ações da empresa ou com o prejuízo causado com o ônus das multas recebidas.

a) V – F – F – V

b) F – V – V – V

c) F – V – F – F

d) F – F – F – F

e) V – V – V – V

8. “O processo de desenvolvimento que permite às gerações atuais satisfazerem as suas necessidades sem colocar em perigo a satisfação das necessidades das gerações futuras”. Esta definição pertence a qual conceito:

- a) gestão por competências;
- b) sustentabilidade;
- c) responsabilidade social corporativa;
- d) ética profissional.
- e) equipes de alta performance.

9. A sustentabilidade do negócio, segundo a Comissão Brundtland, 1987 “Satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades” De que itens é composta a sustentabilidade do negócio:

- a) recursos sociais, ambientais e éticos
- b) recursos ambientais, sociais e econômicos
- c) políticos, patrimoniais e ambientais;
- d) recursos gerenciais, patrimoniais e comportamentais.
- e) recursos humanos, políticos e concorrencial.

10. Observe o texto:

“A utilização de forma sustentável dos recursos naturais pelas empresas é uma busca pelo equilíbrio entre o desenvolvimento e o crescimento econômico, quando a empresa pensa em seu futuro não somente pelo âmbito financeiro, mas também pela sua responsabilidade para com meio ambiente. ”

O texto acima se refere a:

- a) Desenvolvimento Sustentável
- b) Vantagem Competitiva
- c) Protocolo de Intenções
- d) Responsabilidade Social
- e) Filantropia

11. Sobre as Metas ou Objetivos do Milênio, marque V para as frases verdadeiras e F para as falsas

- () Para construir uma sociedade mais justa que preserve e respeite a natureza, a ONU – Organização das Nações Unidas lançou em 2000 as “8 Metas do Milênio”.
- () Dentre elas estão a erradicação da miséria e da fome e a promoção entre os sexos
- () Oferecer oportunidades para que as organizações em todos os países contribuam para uma sociedade mais justa

- a) V, V, F
- b) F, F, F
- c) V, F, V
- d) V, V, V
- e) F, V, F

12. As Metas ou Objetivos do Milênio foram divulgadas em 2000 pela ONU com o objetivo de:

- a) Para que as empresas fabricantes de bens possam direcionar suas iniciativas de *marketing*
- b) Consolidar o relacionamento da ONU com as ONGs Organizações Não Governamentais no mundo todo
- c) Beneficiar exclusivamente o continente africano e o continente asiático
- d) Para construir uma sociedade mais justa e igualitária e que preserve e respeite o meio ambiente
- e) Estabelecer parcerias entre prestadores de serviços e fabricantes de produtos para melhorarem sua lucratividade.

13. A análise socioambiental é uma etapa do plano de negócios que tem por objetivo regular as relações entre a empresa, sociedade e meio ambiente. Qual alternativa NÃO representa esta etapa:

- a) Programas de responsabilidade social e ambiental;
- b) Cumprimento da legislação ambiental;

- c) Diagnóstico dos aspectos e impactos ambientais de cada atividade;
- d) Procedimentos para eliminar ou diminuir os impactos ambientais ou sociais eventualmente levantados;
- e) Escolha de canais de distribuição mais adequados para a empresa.

14. A Agenda 21 foi resultado de muitos debates realizados durante a ocorrência do:

- a) Protocolo de Kyoto
- b) Protocolo de Cartagena
- c) Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente
- d) Declaração sobre Florestas
- e) Créditos de Carbono

15. A Agenda 21 Local atua principalmente em:

- a) Formulando políticas públicas que contemplem as necessidades locais.
- b) Atuando globalmente e pensando localmente.
- c) Atraindo os empresários para que invistam em determinado local para gerar renda, empregos e impostos.
- d) Convencendo políticos para que votem leis sobre o meio ambiente.
- e) Preservando a cidade para o futuro com o respeito ao meio ambiente.

16. Assinale a alternativa que indica quando e onde ocorreu a 1ª Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente:

- a) 1968 – Paris França.
- b) 1972 – Estocolmo – Suécia.
- c) 1992 – Rio de Janeiro – Brasil.
- d) 2002 – Johannesburg – África do Sul.
- e) 2010 – Copenhague – Dinamarca.

17. Assinale a alternativa CORRETA:

As expectativas dos investidores em relação às empresas, segundo a Teoria do Stakeholders, estão baseadas:

- a) No boicote a empresas, produtos e serviços que descumprem leis e regulamentos.
- b) No aprimoramento contínuo dos produtos e serviços oferecidos aos *stakeholders*.
- c) No cumprimento pelas empresas de suas obrigações sociais, ambientais, trabalhistas entre outras e gerarem lucros.
- d) Na divulgação de ações que notabilizem a empresa como socialmente responsáveis.
- e) No atendimento das necessidades da população em relação ao voluntariado.

18. A Carta da Terra indica alguns princípios que podem servir para melhorar a vida de todos. Indique a alternativa CORRETA.

- a) Trata-se dos resultados depois de muitos debates nas Nações Unidas e são indicados como ferramentas educacionais.
- b) É o resultado do Protocolo de Kyoto.
- c) É o que de melhor as Nações Unidas contribuíram para a melhoria da qualidade de vida da população mundial.
- d) É um guia ético que sirva para a melhoria da vida de todos.
- e) Trabalha diferentes princípios relacionados com o bem estar social e o meio ambiente.

19. O Pacto Global foi uma iniciativa do Secretário das Nações Unidas, quem é ele?

- a) Ignacy Sachs
- b) Al Gore
- c) Kofi Anan
- d) Gro Bruntland
- e) Carlos Minc

- 20. Preencha as lacunas com as palavras corretas para abordar o tema da ética e responsabilidade social. Depois disso, escolha a alternativa que apresenta as palavras que você escolheu.**

Responsabilidade social é vista como uma forma de _____ transparente e _____ da empresa e sua relação com seus _____ ou públicos com os quais ela se relaciona e que, de alguma maneira, são afetados por suas operações sejam elas na fabricação de produtos ou na prestação de serviços.

- a) Lucrar – diferenciada – fornecedores
- b) Relação – moral – clientes
- c) Participação – padronizada – acionistas
- d) Movimento – localizada – funcionários
- e) gestão – ética – stakeholders

- 21. Quanto à responsabilidade social nas organizações, é possível afirmar que**

- a) Relaciona-se exclusivamente às campanhas de doação realizadas pela área de gestão de pessoas.
- b) Pode ser o foco de uma organização, como as ONGs Organizações Não Governamentais.
- c) Está voltada para o patrocínio de projetos culturais, conhecido como Marketing Social.
- d) O equilíbrio entre o social e o econômico não é foco das empresas cujo objetivo deve ser principalmente a preservação do meio ambiente.
- e) Somente as ONGs podem realizar ações socialmente responsáveis

- 22. Responsabilidade social é um conceito que está voltado para**

- a) Benemerência, exclusivamente, envolvendo todos os stakeholders no esforço de minimizar as injustiças sociais;
- b) Unicamente para a preservação do meio ambiente para as próximas gerações, notadamente reduzindo o aquecimento global;

- c) Relação ética e transparente da organização com seus stakeholders, considerando o desenvolvimento sustentável;
- d) Valorização da diversidade, exclusivamente, como foco na relação entre a organização e a comunidade.
- e) A obtenção de lucros pela organização baseado unicamente na produção de qualidade, respeitando normas internacionais.

23. Responsabilidade Social está diretamente relacionada com os seguintes âmbitos:

- a) Ética, Econômico, Legal e Discricionário
- b) Ecológico, Social e Financeiro.
- c) Legal, Ecológico, Discricionário e Filantrópico
- d) Ética, Competitividade e Assistencialista
- e) Lógica, Ética e Social

24. A Responsabilidade Social Empresarial atua de forma responsável para contribuir para a melhoria da vida da comunidade onde as organizações estão inseridas e das pessoas diretamente envolvidas. Estas empresas estão diretamente atuando com quais itens? (indique a alternativa correta):

- a) Filantropia para com organizações carentes.
- b) Assistencialismo para ONGs em dificuldades.
- c) Criação de ascensão social.
- d) Administração de forma ética e transparente.
- e) Gestão Ambiental e Social.

25. Responsabilidade social é um conceito relacionado a

- a) Ética e transparência
- b) Filantropia
- c) Benemerência
- d) Doações
- e) Preservação do patrimônio

26. A gestão socialmente responsável é atribuição

- a) Apenas do governo
- b) Das organizações públicas, privadas e do terceiro setor
- c) Somente dos voluntários
- d) Das ONGs exclusivamente
- e) Da Legislação brasileira

27. Dentre os *stakeholders* de uma empresa, estão:

- a) Somente seus funcionários.
- b) As pessoas que moram nas proximidades da empresa.
- c) Os consumidores com mais alto nível de consumo.
- d) Somente as Organizações Não Governamentais (ONG)
- e) Todos os públicos com exceção do meio ambiente.

28. A respeito dos *stakeholders* de uma organização pode-se afirmar

- a) Os ativistas como o Greenpeace não fazem parte deste grupo.
- b) A mídia não representa qualquer ameaça para o negócio de uma organização.
- c) Os sindicatos também são grupos com os quais uma organização se relaciona.
- d) A concorrência não é um público de interesse, portanto não é stakeholder.
- e) Somente os funcionários são um *stakeholder* importante.

29. Sobre a relação entre a empresa e os *stakeholders*, assinale V para as frases verdadeiras e F para as falsas. Na sequência, escolha a alternativa que corresponde à sua análise

- () Presentes no ambiente externo de uma organização, os *stakeholders* influenciam as organizações com as quais se relacionam.
- () O aumento do número de mulheres no quadro de funcionários das organizações não influenciou nas iniciativas da organização para com seus funcionários nem a legislação se ocupou desta matéria.

- () Para garantir a relação saudável entre a organização e o meio ambiente, a legislação age controlando a emissão de gases poluentes
- () A empresa deve manter uma relação transparente e ética com todos os seus stakeholders sob pena de comprometer sua reputação.

a) V, F, V, V

b) F, F, F, V

c) V, V, V, V

d) V, F, F, V

e) F, F, V, V

30. Por *stakeholders*, podemos entender que estamos nos referindo ao:

- a) Públicos com os quais a organização se relaciona de forma ética e transparente e que recebem os efeitos de sua atividade produtiva ou de prestação de serviços.
- b) Empresas concorrentes com as quais a organização deve manter uma conduta ética.
- c) Funcionários da organização, já que recursos humanos são fundamentais para o negócio.
- d) Relacionamento com os sindicatos cuja atuação pode ao mesmo tempo oferecer suporte ou causar polêmicas na relação com os funcionários.
- e) Empresas terceirizadas que prestam serviços ou fabricam produtos que são utilizados na atividade principal da organização.

31. Leia o texto abaixo sobre a atuação da Philips e identifique os *stakeholders* envolvidos:

Com o objetivo de fortalecer a interação com as diversas partes interessadas, a Philips desenvolveu linhas de ação específicas. Em 2006, foi implantada a “*One Philips Ethics Line*”. Trata-se de uma linha direta para possibilitar a participação do público interno no sentido de reportar, de maneira anônima, qualquer violação aos “Princípios Gerais de Negócios” da organização e suas políticas. A Philips auditou 98% dos fornecedores integrantes de um grupo chamado “de risco” tanto no Brasil como em países como China, Índia, Indonésia e Paquistão. Juntamente com estes fornecedores

foram realizados workshops abordando o tema da sustentabilidade. Para os clientes, a Philips desenvolve produtos que se por um lado atendem suas necessidades também respeitam o meio ambiente.

- a) principalmente os acionistas, uma vez que as ações apresentadas neste texto diminuem o risco do negócio e aumentam a margem de lucro
- b) além dos acionistas que certamente se beneficiam, foi considerado o meio ambiente, pois a empresa investiu em novos produtos
- c) funcionários, clientes, fornecedores, meio ambiente foram incluídos nas ações desenvolvidas pela empresa e, com isso certamente o acionista também se beneficiou
- d) o governo foi envolvido em parcerias para o desenvolvimento de produtos que protegem o meio ambiente conforme legislação em vigor.
- e) nenhuma das alternativas.

32. Sobre a discussão voltada para ética, moral e cidadania, é correto afirmar

- a) A ética e a moral são universais, portanto iguais em todos os países.
- b) A gestão da diversidade não integra as ações de cidadania empresarial.
- c) Investimento em projetos sociais é um exercício de cidadania empresarial.
- d) Dilemas éticos passaram a existir na Humanidade com o acesso à internet.
- e) Bioética tem foco em pesquisas não inclui discussões morais nem dilemas éticos.

33. Podemos dizer que este é um dos impactos indicados quando a organização possui um comportamento organizacional ético e responsável:

- a) Conscientização das pessoas.
- b) Aumento de lucratividade.
- c) Aumento da venda de produtos e serviços.
- d) Agrega valor aos produtos.
- e) Diminui as despesas com matérias primas.

34. Indique V para verdadeiro e F para falso nas afirmações abaixo, que demonstram alguns dos vetores da Responsabilidade Social indicados no texto por Melo Neto e Froes, e logo depois indique a sequência correta.

- () Comunicação transparente, preservação do meio ambiente e retorno aos acionistas.
- () Retorno aos acionistas, satisfação dos clientes e/ou consumidores, preservação do meio ambiente.
- () Investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e um ambiente de trabalho agradável, retorno dos acionistas e preservação do meio ambiente.
- () preservação do lucro, apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua e sinergia com os parceiros.

a) V – V – V – V

b) V – F – F – V

c) F – F – F – F

d) F – V – V – F

e) V – F – V – V

35. Indique V para verdadeiro e F para falso nas afirmações abaixo, que demonstram alguns dos vetores da Responsabilidade Social indicados no texto por Melo Neto e Froes, e logo depois indique a sequência correta.

- () Comunicação transparente, preservação do meio ambiente e retorno aos acionistas.
- () Retorno aos acionistas, satisfação dos clientes e/ou consumidores, preservação do meio ambiente.
- () Investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e um ambiente de trabalho agradável, retorno dos acionistas e preservação do meio ambiente.
- () Preservação do lucro, apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua e sinergia com os parceiros.

- a) V – V – V – V
- b) V – F – F – V
- c) F – F – F – F
- d) F – V – V – F
- e) V – F – V – V

36. Sobre o exercício ético da profissão, é correto afirmar

- a) A ética profissional se refere ao domínio das técnicas específicas
- b) Prática de virtudes e ética profissional não são conceitos relacionados
- c) Em algumas culturas não se exige a prática ética das profissões
- d) O relacionamento ético com as pessoas influencia na imagem do profissional
- e) Somente precisam ser éticos os profissionais cuja categoria tem um código de ética

37. No que diz respeito ao código de ética, podemos afirmar que

- a) Trata-se de um documento cujo conteúdo é o mesmo para todas as profissões
- b) Todas as empresas adotam o mesmo código de ética
- c) É um documento cujo conteúdo orienta as ações e decisões dos profissionais
- d) O ideal é que seja redigido apenas pela direção da organização
- e) Não há necessidade de sua leitura, pois o conteúdo não afeta o trabalho do profissional

38. Bem difundidos, os valores promovem a uniformidade na atitude dos funcionários da empresa, influenciam seu comportamento mercadológico com clientes, parceiros, fornecedores e comunidade, regulam conflitos, atraem talentos, garantem previsibilidade, que é traduzida na satisfação dos clientes, e finalmente exercem papel fundamental na manutenção da “essência da marca” durante seu processo contínuo e delicado de construção. Considerando os impactos dos valores em uma organização, é incorreto afirmar:

- a) São formados **líderes** que cultivam os valores propagando-os entre os funcionários e dirigentes que auxiliam na priorização e direcionam a tomada de decisões

- b) Constitui-se uma área de recursos humanos que facilita contratações
- c) A área de atendimento ao cliente vocaliza, para os clientes, tudo de bom que acontece dentro da empresa;
- d) Os valores são ativos intangíveis e não devem ser considerados no planejamento organizacional.
- e) Os investidores não consideram a boa prática gerencial ao decidir pela aplicação de suas reservas financeiras.

39. A missão da organização representa sua essência, o seu propósito maior de existir, o seu significado para a sociedade. Assinale a alternativa correta:

- a) Está na base da pirâmide dos níveis organizacionais.
- b) Significa demonstrar qual é o objetivo maior da empresa para a sociedade
- c) Apresenta onde a empresa deve chegar em termos quantitativos
- d) Pertence apenas a empresas de grande porte, como a Nestlé
- e) Se aplica apenas em empresas que possuem fins lucrativos.

40. Assinale com V ou F e depois marque, logo abaixo, a opção que se refere à seqüência CORRETA.

Analisando algumas das expectativas dos empregados, que são busca de empregos dignos, salários compensadores e reconhecimento da empresa ou organizações sobre o seu trabalho e desempenho com segurança empregatícia, possibilidade de promoção na hierarquia, salários condignos com as necessidades financeiras, podemos concluir que:

- () É cada vez mais comum os empregados buscarem a Justiça do Trabalho para terem seus deveres constitucionais cumpridos.
- () Quando tem suas expectativas supridas, o colaborador oferece em troca lealdade à empresa e ao trabalho.
- () É fácil para a empresa atender a todas as reivindicações dos colaboradores.
- () Quando os colaboradores são sindicalizados fica mais difícil conciliar as reivindicações.

- a) F – V – F – F
- b) F – V – F – F
- c) F – V – F – V
- d) V – F -- F – F
- e) F – V – V - F

41. Avalie os seguintes conceitos: “Transformar, inovar, atendendo aos princípios básicos do socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável”; e “Equilíbrio entre dimensões econômicas, sociais e ambientais”. Estes dois conceitos referem-se, respectivamente a:

- a) Ecoempreendedorismo e desenvolvimento sustentável
- b) Ecoempreendedorismo e sustentabilidade
- c) Responsabilidade social e sustentabilidade
- d) *Stakeholders* e ecoempreendedorismo
- e) Agenda 21 e protocolo de Kyoto

42. Os impactos das organizações nas comunidades do entorno devem ser monitorados com muita cautela, pois quanto melhor for esta relação, maiores são os benefícios para ambas as partes. Este conceito tem relação com qual área:

- a) Parcerias público-privadas
- b) Filantropia
- c) Voluntariado
- d) Responsabilidade sócio-ambiental
- e) Empreendedorismo

43. Observe o texto abaixo:

“são ações de interesse público; planejamento do investimento sistemático a ser feito; monitoramento dos resultados obtidos face ao que foi previsto e o longo prazo de suas ações e resultados.”

Este texto diz respeito a qual conceito:

- a) desenvolvimento sócio ambiental
- b) ecoempreendedorismo
- c) Indicadores Ethos
- d) investimento social privado
- e) ISO 14000

44. Qual item abaixo NÃO representa um benefício do investimento social privado:

- a) Criar oportunidades para novos produtos e mercados;
- b) Adicionar valor à imagem da marca;
- c) Atrair novos clientes e consumidores
- d) Explorar os recursos naturais de uma localidade;
- e) Intensificar proximidade com *stakeholders*;

45. Indique a alternativa que expõe os benefícios para as empresas que atuam com a responsabilidade social.

- a) Atração e retenção de talentos e retorno para a imagem da marca além do fortalecimento da relação com a comunidade, fornecedores e entrada em novos mercados com novos produtos
- b) A saída de funcionários descontentes com a política da empresa já que acreditam que seria melhor aumentar os salários ao invés de investir em responsabilidade social. Com isso, o clima interno da organização se torna mais positivo.
- c) Redução do custo de investimento em marketing já que a comunicação dos resultados das ações se faz unicamente por meio da publicidade já que a mídia impressa dá muito valor para assuntos desta natureza
- d) Aprendizagem colaborativa com o uso da filantropia corresponde a melhoria do valor de marca das empresas , item muito procurando por consumidores conscientes do seu poder de influencia.
- e) nenhuma das alternativas.

46. A partir dos conceitos que estudamos e que estão relacionadas ao processo de gestão da organização, podemos dizer que responsabilidade social e gestão estão relacionados à medida que:

- a) No mínimo são realizados projetos que beneficiem a comunidade, como inclusão digital sem contudo prever um acompanhamento do desempenho dos participantes uma vez que o voluntariado é a base de projetos desta natureza
- b) Os investimentos em programas e projetos de responsabilidade social estão inseridos no foco estratégico da empresa contribuindo para que atinja sua visão
- c) Assim com os planos de ação da empresa, também os projetos de responsabilidade social são monitorados e corrigidos utilizando-se ferramentas de gestão como Indicadores Ethos .
- d) A busca pela melhoria da vida da comunidade se torna uma meta a ser estabelecida e cumprida na organização.
- e) Relacionamento com os sindicatos cuja atuação pode ao mesmo tempo oferecer suporte ou causar polêmicas na relação com os funcionários.

47. Sobre certificações ambientais é correto afirmar:

- a) ISO 9001 que se relaciona a qualidade de serviços, a ISO 14001 que se relaciona com a qualidade ambiental e a OHSAS 18001 que se relaciona a Saúde e Segurança
- b) ISO 9001 que se relaciona a qualidade de produtos, a ISO 14001 que se relaciona com a qualidade de serviços e a OHSAS 18001 que se relaciona a Saúde e Segurança
- c) ISO 9001 que se relaciona a qualidade de produtos, a ISO 14001 que se relaciona com a responsabilidade social e a OHSAS 18001 que se relaciona a Saúde e Segurança
- d) ISO 9001 que se relaciona a qualidade de serviços, a ISO 14001 que se relaciona com a qualidade ambiental e a OHSAS 18001 que se relaciona com a Responsabilidade Social.
- e) ISO 9001 que se relaciona com códigos de ética, a ISO 14001 que se relaciona com a responsabilidade social e a OHSAS 18001 que se relaciona com filantropia e investimento social.

48. Por que as organizações estão cada vez mais preocupadas com o que os seus consumidores pensam sobre elas? Qual a razão para que organizações assumam compromissos de longo prazo relacionado com a Responsabilidade Social?

Indique com V para verdadeiro e F para falso as afirmações abaixo indicadas que demonstram o motivo do despertar do desenvolvimento sustentável e logo depois indique a sequência correta.

- () Porque o mercado mudou e os consumidores estão cada dia mais exigentes com as organizações, sobre a forma como os produtos são fabricados e os serviços são prestados.
- () Porque as organizações devem ter atos e atitudes que contribuam para a melhoria da vida das pessoas e que não as prejudique.
- () Porque as organizações estão cada dia mais competitivas e existe a necessidade de diferenciação.

a) V – V – F

b) V – F – F

c) F – F – F

d) F – V – V

e) V – V – V

49. O voluntariado empresarial é uma prática cada vez mais adotada pelas empresas por diferentes motivos. Dentre eles estão: a proximidade da empresa com seu próprio funcionário, indo além do alcance de metas do negócio; envolvimento do funcionário com a comunidade de entorno o que fortalece também a imagem da marca junto às pessoas que residem nas proximidades e, com certeza, uma percepção positiva do mercado em relação às ações da empresa. De acordo com o que vimos é possível afirmar:

- a)** É fundamental que a empresa defina quais serão as atividades e responsabilidades dos voluntários antes de promover a criação do programa interno de voluntariado para que os funcionários saibam que seus objetivos estarão alinhados com os do negócio

- b) Para que haja maior legitimidade do programa interno de voluntariado, é fundamental que os clientes participem das decisões a serem tomadas, começando pelos programas/projetos nos quais eles participarão.
- c) Os programas/projetos a serem desenvolvidos pela empresa precisam estar alinhados com o negócio e com as expectativas dos funcionários para que os resultados alcançados sejam positivos para todos: empresa, acionista, funcionários, sociedade, comunidade.
- d) O voluntariado atende somente as necessidades das empresas em promover ações que divulguem a boa vontade em ajudar as pessoas.
- e) Porque o mercado mudou e os consumidores estão cada dia mais exigentes com as organizações, sobre a forma como os produtos são fabricados e os serviços são prestados.

50. Assinale V ou F e depois marque logo abaixo a opção que se refere à sequência CORRETA.

As formas de atuação das políticas públicas ambientais estão relacionadas com o:

- () Controle dos padrões de emissões, padrões de qualidade e padrões de desempenho e permissões negociáveis.
- () A utilização de proibições e restrições e a utilização de controle de padrões de emissões, padrões de qualidade e padrões de desempenho.
- () O licenciamento ambiental e zoneamento ambiental, utilização de incentivos fiscais e financiamento ambientais.
- () A tributação sobre poluição e tributação sobre uso de recursos naturais.

a) V – V - F – F

b) F – F – F - F

c) F – V - V – F

d) V – F - F – V

e) V – V - V – V

Currículo dos professores-autores

Elaine Cristina Arantes

Elaine Arantes é mestre em Administração (2006) pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC/PR) onde desenvolveu pesquisa que relaciona o investimento em responsabilidade social e o retorno para as empresas. É graduada em Administração (2002) pela FAE Business School (Faculdade de Administração e Economia). Foi finalista do “Prêmio Ethos Valor de Responsabilidade Social” (2002) ao relacionar a decisão de compra do consumidor e o investimento em responsabilidade social feito pelas empresas. Integrou o grupo brasileiro liderado pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social, voltado para as discussões para a redação e lançamento da ISO 26000.

Com 26 anos de experiência na iniciativa privada, no setor público e em educação, trabalhou em organizações como: *Whirlpool/Embraco*; *ISAE/FGV*; *O Boticário*; *Herbarium Laboratório Fitoterápico*; e *Serrana Mineração*.

Coordenou a implantação estratégica do processo de responsabilidade social em ambiental em unidades industriais no Brasil, China, Eslováquia, Itália e Estados Unidos, selecionando e formando profissionais. Participou do processo de elaboração e disseminação do Código de Ética, nestes países. Coordenou o Prêmio Embraco de Ecologia envolvendo alunos do Ensino Fundamental de escolas públicas municipais e estaduais em Joinville/SC.

Lecionou em cursos de graduação e pós-graduação, nas modalidades presencial e a distância em instituições como: ISAE/FGV; Grupo Uninter e Eadon em parceria com o Instituto Chiavenato. É autora de livros didáticos e parecerista de obras na área de Administração. Atualmente integra o corpo docente do IFPR - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná - Ensino a Distância onde leciona disciplinas relacionadas à sua área de formação e experiência profissional. Integra a Comissão de Ética do IFPR.

Adriano Stadler

Bacharel em Administração de Empresas (2000), pós-graduado em Turismo (2002), MBA em Marketing e Negócios (2005) e em Educação a Distância (2008) e Mestre em Administração (2007) pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali.

Trabalhou no setor de turismo e hotelaria como gerente comercial de um hotel de negócios e como consultor para grandes redes hoteleiras e para o Sindicato de hotéis, restaurantes, bares e similares de Curitiba - Sindotel. Atualmente é docente do Instituto Federal do Paraná - IFPR, onde é coordenador do curso de Técnico em Logística e da pós graduação em Gestão Pública.

Marcos Rogério Maioli

Turismólogo graduado pela UFPR – Universidade Federal do Paraná (1997), com duas especializações pela UFPR em Planejamento e Gestão do Turismo e Sociologia Política. Atualmente é doutorando em Desenvolvimento Sustentável pela Universidad de Málaga – Espanha, (2005- 2010) onde está elaborando uma tese sobre o Desenvolvimento Sustentável do Mercado de Eventos no Brasil.

Atua como professor titular no IFPR – Instituto Federal do Paraná junto ao Curso Técnico em Eventos e na Facinter – Faculdade Internacional de Curitiba (desde 2005) nos cursos de Turismo e Administração, onde gerencia o Laboratório de Eventos da faculdade que é responsável pela organização de eventos sociais e técnico-científicos para as duas graduações.

É professor de pós-graduação nos MBAs da Facinter em Administração com as Disciplinas de Organizações e Desenvolvimento Sustentável e Estratégias de Desenvolvimento Sustentável, no MBA em Gestão de Instituições de Ensino com a Disciplina de Marketing Educacional, no MBA em Gestão e Direito Ambiental a disciplina de BioDireito e Ecodesenvolvimento, Junto ao IBPEX ministra a disciplina de Gestão de Eventos.

Ministra cursos de Marketing Turístico, Atendimento Turístico e Planejamento e Organização de Eventos para o FAT – Fundo de Amparo ao Trabalhador e SINDOTEL – Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Curitiba e para outras empresas solicitantes.

Anotações

[illegible]

