

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE
E SECRETARIADO EXECUTIVO - FEAAC
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MARA FRANKLIN HARTMANN

**DESEMPENHO ECONÔMICO, SOCIAL E AMBIENTAL CORPORATIVO: UMA
ANÁLISE DO *TRIPLE BOTTOM LINE* JUNTO AO ESTUDO DE CASO DO
PROGRAMA LUZ SOLIDÁRIA COELCE**

FORTALEZA

2013

MARA FRANKLIN HARTMANN

DESEMPENHO ECONÔMICO, SOCIAL E AMBIENTAL CORPORATIVO: UMA
ANÁLISE DO *TRIPLE BOTTOM LINE* JUNTO AO ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA
LUZ SOLIDÁRIA COELCE

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção de título de Bacharel em Administração. Área de concentração: Responsabilidade Social Corporativa.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho

FORTALEZA

2013

MARA FRANKLIN HARTMANN

DESEMPENHO ECONÔMICO, SOCIAL E AMBIENTAL CORPORATIVO: UMA
ANÁLISE DO *TRIPLE BOTTOM LINE* JUNTO AO ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA
LUZ SOLIDÁRIA COELCE

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção de título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. João Wagner Mourão e Silva filho
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Laudemiro Rabelo de Sousa e Moraes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dedico esse trabalho a quem me dedicou a vida. A Deus, meus pais e avós, amor sem fim.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Ceará, instituição da qual sinto orgulho por ter vivido anos de aprendizado e amadurecimento, junto a grandes amigos e brilhantes professores.

À Coelce, que desempenhou um papel chave na minha formação profissional e ampliou a minha visão de mundo, junto a todos os colegas de trabalho com os quais aprendi incontáveis lições.

À Débora Pinho, por ter transcendido o seu papel de chefe, tornando-se tutora, amiga e exemplo profissional, sempre estimulando o meu interesse pelo tema da Sustentabilidade, acreditando no meu potencial e tornando a minha experiência na Coelce única e enriquecedora.

Ao Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho, meu orientador que me transmitiu, com simplicidade, sua sabedoria nunca deixando de lado o seu bom humor, paciência e disposição para me auxiliar.

À minha família, meus pais e avós, pelo apoio incondicional em mais uma fase importante da minha existência, sempre investindo na minha formação educacional, em quaisquer circunstâncias impostas pela vida.

Ao meu amor, Carlos Henrique, minha inspiração, estímulo e fôlego cotidiano. Principal e fundamental apoio para que concluísse esse trabalho.

Aos meus amigos verdadeiros, pois tenho a certeza de que torcem pelo meu sucesso, independente das minhas escolhas tomadas.

“Não tentemos consertar nossa culpa do passado. Vamos aceitar nossa responsabilidade pelo futuro.”

(John F. Kennedy)

RESUMO

O estudo tem como objetivo principal investigar se o Programa Luz Solidária da Companhia Energética do Ceará – Coelce alinha-se ao conceito de sustentabilidade sob as perspectivas econômica, social e ambiental propostas pelo *Triple Bottom Line*, por meio da análise da sua estrutura e resultados como um programa de responsabilidade social corporativa. O embasamento teórico do estudo consiste na apreciação da evolução do conceito de sustentabilidade e tendências históricas da responsabilidade social corporativa, discussão sobre a essencialidade do desenvolvimento sustentável e engajamento dos *stakeholders* (partes interessadas da organização) à geração de valor das corporações. Foram abordados modelos de desagregação de dimensões da sustentabilidade, com ênfase no *Triple Bottom Line*, de forma a concluir que a gestão empresarial seja centrada única e somente na maximização do lucro. Portanto, está fadada ao fracasso, caso aspectos sociais e ambientais não sejam considerados. Foram utilizados os métodos de coleta de dados por meio de fontes secundárias, e também a utilização da técnica de observação individual, participante, assistemática e realizada na vida real, além de entrevistas despadronizadas e não dirigidas por meio do contato direto com os gestores do programa. Conclui-se que o objetivo principal deste trabalho foi atingido, pois o mencionado programa proporcionou benefícios à empresa e seus *stakeholders*. Somando-se os resultados mais expressivos de dois ciclos do programa, 12.466 eletrodomésticos foram trocados, preocupação ambiental que gerou uma significativa eficiência energética de 6.986,07 MWh (megawatt hora) por ano, o equivalente ao consumo anual de 3.970 brasileiros. Os resultados econômicos beneficiaram os clientes que participaram das campanhas do Luz Solidária com cerca de R\$ 5,5 milhões em descontos na compra dos eletrodomésticos, além da redução do valor da fatura de energia elétrica. Além desses, foram atingidos resultados sociais que totalizaram R\$ 2,11 milhões em doações que viabilizaram 55 projetos sociais, beneficiaram diretamente 2.649 famílias de comunidades carentes com capacitação profissional e geração de renda, contribuindo com o desenvolvimento socioeconômico do Ceará.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Responsabilidade social corporativa. Desenvolvimento sustentável. Geração de valor. Eficiência energética. Projetos sociais. Desenvolvimento socioeconômico.

ABSTRACT

The main objective of this study consists to investigate if Luz Solidária from Ceará Energetic Company can connect to the sustainability concept based on economic, social and environmental perspectives proposed by Triple Bottom Line through the analysis of its structure and results as a corporate social responsibility program. The theory addresses the sustainability concept evolution, the corporate social responsibility historical trends, the sustainable development significance and stakeholder engagement on generating value to the corporations. Furthermore, disaggregation models of the sustainability dimensions were discussed emphasizing Triple Bottom Line in order to conclude that a business management driven by profit maximization is doomed to failure if social and environmental aspects are not considered. Methods were used to collect data through documentary research containing secondary sources, and it was used the technique of individual observation, participant, unsystematic and performed in real life, as well as non standardized and unaddressed interviews through direct contact with the program managers. It is concluded that the main objective of this work was achieved by visible benefits to the company and its stakeholders. Summing up the most significant results of the two Luz Solidária's cycles, 12,466 home appliances were exchanged, which produced an environmental concern that has generated the significant energy efficiency of 6986.07 MWh (megawatt hours) per year, equivalent to the annual consumption of 3,970 Brazilians.

The economic results have favored customers who had participated in Luz Solidária campaigns with approximately R\$ 5.5 million in special discounts on the purchase of home appliances while reducing the amount of the electricity bill. Moreover, the social results have been achieved with R\$ 2.11 million in donations that had fostered 55 social projects which had benefited 2,649 families of deprived communities with professional training and income generation, contributing to the socioeconomic development of Ceará.

Keywords: Sustainability. Corporate social responsibility. Sustainable development. Value generation. Energy efficiency. Social projects. Socioeconomic development.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Evolução do conceito de sustentabilidade.....	18
Figura 2 –	Tendências históricas de ética e responsabilidade social corporativa.....	19
Figura 3 –	Responsabilidade social e sustentabilidade organizacional.....	24
Figura 4 –	TBL. Desempenho econômico, social e ambiental promovendo o desenvolvimento sustentável.....	27
Figura 5 –	Norma ISO 26000: dos princípios e diretrizes às práticas efetivas.....	40
Figura 6 –	Tipos de projetos sociais.....	47
Figura 7 –	Sete compromissos para um desenvolvimento sustentável.....	56
Figura 8 –	Funcionamento do programa dentro das dimensões da sustentabilidade segundo o <i>Triple Bottom Line</i>	64
Figura 9 –	Portal via web que possibilita a escolha do projeto social pelo cliente durante o processo de compra do eletrodoméstico.....	65
Figura 10 –	Processo de descarte dos eletrodomésticos velhos.....	67
Figura 11 –	Áreas de atuação do programa Luz Solidária, de acordo com as áreas de manutenção da Coelce.....	73
Quadro 1 –	Indicadores do TBL.....	29
Quadro 2 –	Diferenças entre projetos sociais e empreendedorismo social.....	49
Quadro 3 –	Programas de Eficiência Energética da Coelce (2007-2010).....	62
Tabela 1 –	Projetos fomentados e beneficiários diretos por natureza da atividade.....	68
Tabela 2 –	Projetos fomentados e beneficiários diretos por tipologia da atividade.....	69
Tabela 3 –	Abrangência dos projetos no Ceará por área de manutenção da Coelce e municípios.....	71

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.....	15
2.1	Sustentabilidade: discutindo a evolução de conceitos.....	15
2.2	O movimento da responsabilidade social corporativa.....	19
2.3	Desenvolvimento sustentável e criação de valor pelas empresas: entendendo as dimensões da sustentabilidade.....	23
2.4	O modelo <i>Triple Bottom Line</i> (TBL).....	26
2.5	Gestão da Responsabilidade Social Corporativa em números.....	31
2.5.1	<i>A importância do engajamento dos Stakeholders.....</i>	32
2.5.2	<i>Princípios diretivos de Responsabilidade Social Corporativa por meio de pactos e compromissos públicos.....</i>	34
2.5.2.1	<i>Declaração Universal dos Direitos Humanos.....</i>	34
2.5.2.2	<i>Declaração OIT sobre os Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho e seu Seguimento.....</i>	34
2.5.2.3	<i>Agenda 21 Global.....</i>	35
2.5.2.4	<i>Pacto Global.....</i>	35
2.5.2.5	<i>Objetivos do Milênio (ODM).....</i>	36
2.5.2.6	<i>Conferência Rio+20 e o documento “O Futuro que Queremos”.....</i>	36
2.5.3	<i>Normas e certificações em Responsabilidade Social.....</i>	37
2.5.3.1	<i>Social Accountability - SA 8000 e as condições de trabalho.....</i>	37
2.5.3.2	<i>Accountability – AA 1000 e a ética no engajamento com as partes interessadas.....</i>	38
2.5.3.3	<i>Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social.....</i>	39
2.5.3.4	<i>ABNT NBR 16001 – A Norma Brasileira de Responsabilidade Social.....</i>	40
2.5.4	<i>Indicadores de Responsabilidade Social como instrumentos de gestão do negócio e transparência.....</i>	41
2.5.4.1	<i>Balanco Social Ibase.....</i>	41
2.5.4.2	<i>Diretrizes Global Reporting Initiative (GRI).....</i>	42
2.5.4.3	<i>Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.....</i>	44
2.5.4.4	<i>Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).....</i>	45

2.6	Desenvolvimento de projetos sociais e empreendedorismo social.....	46
2.6.1	<i>Diferenciando projetos sociais de projetos de empreendedorismo social.....</i>	48
3	METODOLOGIA.....	50
4	PROGRAMA LUZ SOLIDÁRIA COELCE.....	52
4.1	Coelce.....	52
4.1.1	<i>Endesa Brasil.....</i>	52
4.1.2	<i>Visão, Missão, Valores.....</i>	53
4.2	Responsabilidade Social Corporativa na Coelce.....	53
4.2.1	<i>Política de Sustentabilidade Endesa.....</i>	54
4.2.2	<i>Programas de Responsabilidade Social.....</i>	57
4.2.3	<i>Apoio a iniciativas externas.....</i>	59
4.3	Estudo de caso sobre o Programa Luz Solidária.....	60
4.3.1	<i>Programa de Eficiência Energética – PEE.....</i>	60
4.3.2	<i>Eficiência Energética promovida pela Coelce.....</i>	61
4.3.2.1	<i>Eficiência energética para clientes residenciais.....</i>	61
4.3.2.2	<i>Eficiência energética para hospitais e prédios públicos.....</i>	61
4.3.3	<i>Luz Solidária: desenvolvimento de aspectos sociais, ambientais e econômicos.....</i>	62
4.3.4	<i>Funcionamento do Programa.....</i>	63
4.3.5	<i>Processo de descarte dos aparelhos eletrodomésticos.....</i>	65
4.3.6	<i>Projetos sociais fomentados.....</i>	67
4.3.7	<i>Principais resultados do Programa Luz Solidária Coelce.....</i>	74
4.3.7.1	<i>Resultados Sociais.....</i>	74
4.3.7.2	<i>Resultados Ambientais.....</i>	75
4.3.7.3	<i>Resultados Econômicos.....</i>	75
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
	REFERÊNCIAS.....	79

1 INTRODUÇÃO

A modernidade econômica global trouxe consigo mudanças profundas para a sociedade. Com a extensiva difusão do termo “globalização”, passou-se a desconhecer barreiras internacionais não apenas para as distâncias geográficas e culturais, mas, sobretudo, para os negócios. O mundo acostumou-se à ideia de ser mais compacto, veloz, produtivo e, com isso, avanços antes inimagináveis tornaram-se palpáveis.

Apesar dos aspectos extremamente positivos, o fenômeno da globalização vem acompanhado de preocupações sociais e ambientais, cujo impactos atingem uma larga escala mundial, pondo em risco elementos essenciais à sobrevivência da humanidade, como a extinção de ecossistemas, poluição das águas, destruição da camada de ozônio; além de aspectos sociais como a fome, miséria, desigualdade social pela alta concentração de riqueza, doenças, guerras, violência, falta de educação de qualidade; os quais os países em desenvolvimento sofrem com mais intensidade.

O grande desafio contemporâneo das empresas se sobrepõe à visão clássica da maximização do lucro para os acionistas, dando vazão às questões socioambientais, que hoje fazem parte da agenda das corporações, sob o risco de estarem fadadas ao fracasso caso não sejam consideradas. Diante desse cenário, aos poucos as empresas necessitam ser mais responsáveis ao deixar sua pegada às gerações futuras visando permanecerem competitivas.

Nesse sentido, as organizações têm contado cada vez mais com parcerias junto ao governo, Terceiro Setor, órgãos internacionais e outras empresas para exercer a sua cidadania. Como exemplo, o Pacto Global, que apresenta uma iniciativa desenvolvida pela ONU, com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para temas relevantes nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente, e combate à corrupção refletidos em 10 princípios, conforme ONU (2012a).

É notável o esforço que vem sendo desempenhado por empresas no Brasil, para interferir na realidade socioambiental onde estão inseridas as suas operações. Resultado disso foi comprovado por uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – Ibope (2011), a qual apontou que, dentre as 400 médias e grandes empresas brasileiras e multinacionais atuantes no Brasil que foram entrevistadas, 48% delas afirmam que ações de sustentabilidade já fazem parte da sua agenda, por meio de políticas e metas planejadas.

O *Triple Bottom Line*, metodologia desenvolvida pela consultoria britânica Sustainability e cujo referencial teórico é discutido neste trabalho, captura a essência da

sustentabilidade por meio da mensuração do impacto das atividades de uma organização em uma sociedade na qual está inserida baseando-se no grau de sinergia dos seus aspectos sociais, ambientais e econômicos. O TBL criou uma linguagem que deu sentido ao conceito de sustentabilidade para uma população focada no desempenho econômico, defendendo que é possível equilibrar o lucro com o desenvolvimento sustentável, levando em conta as dimensões sociais e ambientais envolvidas no negócio.

Dentre os estados brasileiros, o Ceará possui uma parcela significativa da pobreza do país. De acordo com dados do Relatório do Ceará para a Conferência Rio+20, elaborado pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – Ipece (2010b), em relação à evolução do estado desde a Rio92 quanto à redução da pobreza; em 1991, 78% a 90% da população de 139 municípios cearenses era classificada como pobre, e em 2000, esse número caiu para 32 municípios. Já em 2010, de acordo com Medeiros e Pinho Neto (2011), ainda existiam 20 municípios com 5% a 15% da população em situação de extrema pobreza e 38 municípios com extrema pobreza entre 35% e 45%.

No Ceará, a Companhia Energética do Ceará - Coelce é uma das empresas cujo desempenho socioambiental se destaca no cenário empresarial local. De acordo com a Coelce (2012a), as principais comunidades com as quais a empresa se relaciona são de baixo desenvolvimento socioeconômico, em sua maioria classificadas na categoria baixa renda pela Aneel (2012), correspondendo a 73% do total de clientes residenciais e 55% de toda a carteira de clientes.

Tendo em vista o perfil socioeconômico do público atendido pela empresa, o foco de suas ações consiste no acesso à energia elétrica, bem como na melhoria da educação para seu uso consciente e seguro e na geração de emprego e renda. As ações da Coelce (2012a) são alinhadas às diretrizes da sua Política de Sustentabilidade, atuando ainda amplamente com iniciativas de educação e preservação ambiental, assistência social, incentivo ao esporte e valorização da cultura local.

Dentre as iniciativas socioambientais da empresa, foi criado o programa Luz Solidária de Incentivo ao Uso de Eletrodomésticos Eficientes, uma iniciativa do Programa de Eficiência Energética da empresa, objeto do estudo de caso desse trabalho, que pretende contribuir para a conservação do meio ambiente e melhoria das condições socioeconômicas de comunidades cearenses (COELCE, 2012d).

Por meio da troca de eletrodomésticos usados, com alto consumo de energia, por equipamentos novos e mais eficientes (geladeiras, *freezers* e aparelhos de ar condicionado), com selo Procel-Inmetro “Classe A” de economia de energia, os clientes residenciais da

Coelce têm a oportunidade, por meio do Luz Solidária, de contribuir com o desenvolvimento socioeconômico de comunidades localizadas em diversos municípios do Estado através do fomento de projetos sociais de geração de emprego e renda (COELCE, 2012d).

A motivação para este trabalho consistiu em disseminar boas práticas de responsabilidade social e ambiental realizadas por uma empresa cearense, de forma a promover o bem-estar social e estímulo ao potencial humano de comunidades carentes, contribuindo, assim, para o desenvolvimento do Ceará.

Diante da disseminação da consciência socioambiental no ambiente corporativo e evolução do tema sustentabilidade, o problema a ser investigado nesse estudo é:

Como um programa de Responsabilidade Social Corporativa, o Luz Solidária alinha-se ao conceito de sustentabilidade ao ser analisado sob as perspectivas econômica, social e ambiental propostas pelo Triple Bottom Line?

O presente trabalho tem como objetivo geral:

Investigar se o Luz Solidária alinha-se ao conceito de sustentabilidade ao ser analisado sob as perspectivas econômica, social e ambiental propostas pelo Triple Bottom Line.

Quanto objetivos específicos, tem-se:

- a) analisar e discutir teorias, conceitos e modelos sobre a Responsabilidade Social Corporativa;*
- b) descrever a operacionalização do Programa Luz Solidária;*
- c) analisar resultados ambientais do Programa Luz Solidária;*
- d) analisar resultados sociais do Programa Luz Solidária;*
- e) analisar resultados econômicos do Programa Luz Solidária.*

O estudo está estruturado em cinco capítulos, além desta introdução e considerações finais.

No primeiro e quinto capítulos, encontram-se o discurso introdutório e considerações finais deste trabalho, respectivamente.

No segundo capítulo, será realizado um estudo teórico sobre a Responsabilidade Social Corporativa, desde sua origem, evolução de conceitos e cenário contemporâneo. Ademais, buscou-se entender o conceito de sustentabilidade, sob a perspectiva das dimensões econômica, social e ambiental, abordadas pelo *Triple Bottom Line*, que será analisado junto ao estudo de caso para fins de explanação da problemática deste trabalho.

O terceiro capítulo apresenta a metodologia utilizada para a realização do estudo e obtenção dos resultados da análise do estudo de caso.

O quarto capítulo discorre sobre o estudo de caso, iniciando-se com uma apresentação da Coelce, perfil da empresa, Política de Sustentabilidade, programas socioambientais desenvolvidos. Em seguida, mais detalhadamente, aborda-se o Programa Luz Solidária, em seu mecanismo de funcionamento, *stakeholders* envolvidos (partes interessadas importantes ao desenvolvimento das atividades das organizações, como clientes, fornecedores, público interno, governo, sociedade, órgãos reguladores, dentre outros), sistema de gestão, campanhas e resultados obtidos, devidamente destacados em resultados econômicos, sociais e ambientais para fins de análise com maior foco no problema proposto neste trabalho.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

2.1 Sustentabilidade: discutindo a evolução de conceitos

Muito se discute, entre consensos e controvérsias, sobre o que de fato vem a ser sustentabilidade e desenvolvimento sustentável nos dias de hoje, em vista das rápidas e profundas transformações pelas quais a sociedade e o meio ambiente vêm passando nos últimos anos. Dentre todos os conceitos discutidos, uma questão é de ordem central: como crescer economicamente de forma responsável, sem ultrapassar limites e evitar catástrofes sociais e ambientais?

Sustentabilidade, segundo Afonso (2006), é um termo que implica a manutenção quantitativa e qualitativa do estoque de recursos ambientais, utilizando-os sem danificar suas fontes ou limitar a capacidade de suprimento futuro, para que tanto as necessidades atuais quanto aquelas do futuro possam ser igualmente satisfeitas.

Afonso (2006) cita essa definição como derivada de debates ocorridos desde a década de 1960, consolidados no relatório “Nosso Futuro Comum”, publicado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas (ONU), em 1987. O relatório define desenvolvimento sustentável como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades.

Acrescenta-se que

O movimento do desenvolvimento sustentável baseia-se na percepção de que a capacidade de carga da Terra não poderá ser ultrapassada sem que ocorram grandes catástrofes sociais e ambientais. Mais ainda, já há sinais evidentes de que em muitos casos os limites aceitáveis foram ultrapassados, como atestam diversos problemas ambientais gravíssimos, como o aquecimento global, a destruição da camada de ozônio estratosférico, a poluição dos rios e oceanos, a extinção acelerada de espécies vivas, bem como sérios problemas sociais, como a pobreza que afeta bilhões de humanos, os assentamentos urbanos desprovidos de infra-estrutura mínima para uma vida digna, a violência urbana, o tráfico de drogas e as epidemias globalizadas, como a AIDS. Esses problemas globais só poderão ser resolvidos com a participação de todas as nações, governos em todas as instâncias e sociedade civil, cada um em sua área de abrangência. As empresas cumprem papel central nesse processo, pois muitos problemas socioambientais foram produzidos ou estimulados por suas atividades. (BARBIERI E CAJAZEIRA, 2009, p.66).

Barbieri e Cajazeira (2009) ressaltam que uma das estratégias pensadas para contornar esse grande problema atende ao lema: *pensar globalmente e agir localmente*, ou seja, começar a agir sem esperar por condições ideais nas esferas nacionais e internacionais.

Um exemplo disso é uma empresa que não precisa esperar que a legislação do país onde se encontra implemente as convenções da Organização Internacional do Trabalho para oferecer um tratamento melhor aos seus funcionários.

Barbieri e Cajazeira (2009) destacam que o desenvolvimento sustentável é constituído por dois pactos geracionais. O primeiro pacto, denominado intrageracional, isto é, entre os membros da geração atual, é caracterizado pelo atendimento das necessidades básicas para todos em um momento presente. O segundo é o pacto intergeracional, ou seja, entre a geração atual e as futuras. Nesse caso, a geração do presente se preocupa em desempenhar uma atuação responsável sobre o meio ambiente, utilizando recursos naturais com prudência e sabedoria, visando não comprometer o direito das gerações futuras de proverem as suas necessidades.

De forma geral, Barbieri e Cajazeira (2009) resumem os pactos geracionais como uma proposta de desenvolvimento socialmente incluyente em respeito ao meio ambiente, de forma que haja um fornecimento permanente dos recursos necessários à subsistência humana.

Ainda de acordo com Barbieri e Cajazeira (2009), o movimento do desenvolvimento sustentável foi originado pelos movimentos ambientalistas que tiveram início em meados do século XIX, em reação à expansão da industrialização e da ocupação de áreas para exploração agrícola e mineral. Ao final dos anos 1960, uma variedade de crises ambientais foi exposta, evidenciando os impactos sociais devastadores da atividade humana sobre o meio ambiente. E, apesar de toda a degradação causada, uma parcela significativa do planeta vivia em condições precárias.

Nesse período, foram promovidos, pela ONU e suas agências, diversos debates mundiais em busca de soluções para esses problemas, exprimem Barbieri e Cajazeira (2009). Uma referência importante no movimento pelo desenvolvimento sustentável foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em 1972, quando a questão ambiental foi vinculada a questões sociais, representando um marco na aproximação com o movimento da responsabilidade social.

Ademais, Barbieri (2009) cita a resolução da Assembleia da ONU de 1986, que declara o desenvolvimento como um direito humano, a divulgação do relatório de Brundtland em 1987 e a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, ocorrida em 1992, no Rio de Janeiro.

Para Melo Neto e Brennand (2004), sustentabilidade, evoluiu de um tema restrito apenas a padrões ambientais para uma palavra de ordem no ambiente corporativo mundial atual, incorporando ao seu conceito questões sociais.

Até os anos 90, o “desenvolvimento sustentável era agenda verde”. Com o agravamento dos problemas sociais causados por muitas empresas - como o uso de mão de obra infantil, produtos nocivos à saúde, contaminação de rios, lagos, lagoas e etc. - a onda verde cedeu lugar à onda da Responsabilidade Social. (MELO NETO e BRENNAND, 2004, p.93).

Como produto de debates, consensos e propostas, foi criada a Agenda 21 Global, que pautou as principais estratégias de atuação global em vista do paradigma do desenvolvimento *versus* preservação de recursos naturais e bem estar social.

Segundo os autores, o modelo de desenvolvimento sustentável proposto pela agenda agrega a responsabilidade social corporativa como um dos objetivos de implantação, assim como os temas ecoeficiência, produção e consumo sustentáveis, energia renovável e difusão do conceito de desenvolvimento sustentável.

Melo Neto e Brennand (2004) entendem que os temas sociais emergentes são a base da sustentabilidade e que movimento ganhou força com a eclosão de temas, como ecologia e meio ambiente, voluntariado, educação, saúde e bem-estar, combate à fome e à pobreza, exclusão social, direitos humanos, dentre outros. Desta forma, a vertente social tornou-se um tema tão imediato quanto o ambiental. São atribuídos os seguintes fatores para essa mudança, tais como:

- a) pressão popular em torno de temas relacionados aos direitos humanos e aos impactos negativos da globalização, principalmente o desemprego;
- b) surgimento de modelos e técnicas de gestão com foco na ecoeficiência, no exercício da responsabilidade social, na ética nos negócios e nas parcerias com o governo e a sociedade civil;
- c) vantagem competitiva atribuída às empresas por meio desempenho ambiental e o exercício da responsabilidade social;
- d) importância da reputação da marca para acionistas e demais *stakeholders* (funcionários, parceiros, instituições, comunidade, dentre outros);
- e) entrada de ONGs, fundações, OSCIPs e movimentos sociais atuantes no cenário ambiental.

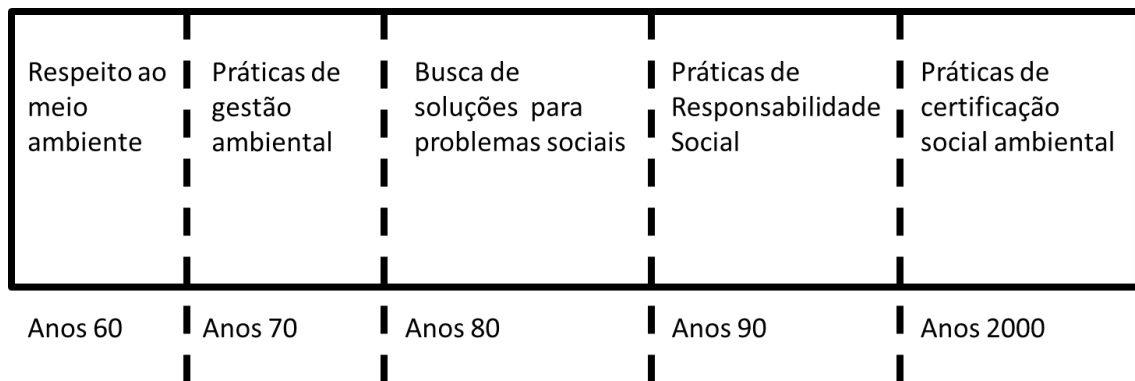
Complementam ainda Melo Neto e Brennand (2004) que, ao incorporar-se um ou mais temas emergentes a uma ação social de qualquer natureza, confere-se a essa ação um caráter sustentável. Um exemplo é o modelo de filantropia, que foi enfraquecido, visto que

empresas e indivíduos se conscientizaram de que doações não são suficientes, por serem ações pontuais, com soluções parciais, resultados aquém do desejado e eficácia nula.

Depreende-se dessa visão, que sustentabilidade está relacionada não à tentativa de eliminar o problema social, mas oferecer condições de desenvolvimento à comunidade afetada com estratégias claras e precisas, ferramentas de gestão e resultados bem definidos. Desta forma, os problemas sociais emergentes são associados a oportunidades de ações sustentáveis, que, antes encarados como obstáculos ao desenvolvimento da sociedade, tornaram-se fatores de alavancagem para as estratégias de desenvolvimento sustentável.

A figura 1, a seguir é proposta por Melo Neto e Brennand (2004) e apresenta a evolução do conceito de sustentabilidade. A linha do tempo inicia-se nos anos 60, quando o termo emergiu e deu origem a projetos sustentáveis, que eram entendidos como um conjunto de ações voltadas à mitigação dos riscos ambientais, visando à preservação de recursos naturais. A partir dos anos 2000, o conceito de sustentabilidade evoluiu, além da busca de soluções para problemas sociais e implantação de práticas de responsabilidade social, para práticas de certificação social e ambiental, como uma forma de normatizar sistemas de gestão socioambientais.

Figura 1: Evolução do conceito de sustentabilidade



Fonte: Melo Neto e Brennand (2004, p. 83).

Para Neri (2001), o conceito de sustentabilidade associa-se diretamente à busca de soluções para a mitigação e/ou erradicação das causas da pobreza. Segundo o autor, a ação sustentável, seja ela parte de um programa, um projeto ou uma política social, é direcionada para a busca de soluções para a eliminação das causas sociais do problema social em questão.

2.2 O movimento da responsabilidade social corporativa

Ashley (2006) afirma que a importância da responsabilidade social corporativa começou a ser discutida, no meio empresarial e acadêmico, inicialmente nos Estados Unidos e, posteriormente no continente europeu, ao final da década de 1960, por autores como Bowen, Mason, Chamberlain, Andrews e Galbraith.

Nesse contexto, um dos principais pontos de discussão durante décadas, conforme Ashley (2006), foi destinado à conclusão do que seria uma empresa socialmente responsável: aquela que responde às expectativas de seus acionistas, segundo a Teoria dos Acionistas de Milton Friedman, ou aquela que busca satisfazer as expectativas de seus *stakeholders*, defendida por Edward Freeman?

Ashley (2006) exprime que a ordem de mudança organizacional, em um *continuum* que inicia com mudanças conservadoras e finaliza com mudanças radicais, está diretamente relacionada ao grau de amplitude de inclusão e de consideração pela empresa quanto a suas relações com seus públicos. A Figura 2 indica essa tendência histórica da ética e da responsabilidade social corporativa sob a ótica de para quem a empresa deve ser responsável.

Figura 2: Tendências históricas de ética e responsabilidade social corporativa



Fonte: Ashley (2006, p. 47).

Nos últimos 30 anos, ainda de acordo com Ashley (2006), o tema responsabilidade social corporativa vem sendo criticado e defendido por vários autores.

Aqueles que se posicionam de forma contrária baseiam-se nos conceitos de direito da propriedade, de Friedman, e na função institucional, de Leavitt.

Friedman (1970 *apud* MACHADO FILHO, 2002) explana que a direção corporativa, como agente dos acionistas, não tem direito de fazer nada que não atenda ao objetivo de maximização dos lucros, dentro os limites permitidos pela lei. Proceder de maneira diferente é uma violação das obrigações morais, legais e institucionais da direção da corporação.

Já o principal argumento da função institucional é que outras instituições, como governo, sindicatos e organizações sem fins lucrativos existem com o objetivo de exercer as funções necessárias ao cumprimento da responsabilidade social corporativa, conforme Friedman (1970 *apud* MACHADO FILHO, 2002). Assim, gerentes de empresas não possuem competência técnica, tempo ou mandato para essas atividades, que representam ônus sobre o lucro dos acionistas.

Carrol (1999 *apud* MACHADO FILHO, 2002) acrescenta que o conceito de responsabilidade social corporativa possui uma longa e variada história, e que é um grande desafio decidir o quanto devemos voltar atrás na literatura para começar a discutí-lo. O autor constatou que referências a uma preocupação com responsabilidade social começaram a surgir especialmente durante os anos 1930 e 1940, com trabalhos desenvolvidos por Chester Barnard (1938) em “As Funções do Executivo”, JM Clark (1939) em “Controle Social dos Negócios” e Theodore Kreps (1940) em “Mensuração do Desempenho Social dos Negócios”.

Machado Filho (2002) cita a publicação por Howard R. Bowen de seu livro de referência *Social Responsibilities of the Businessman* (1953), em português “Responsabilidades Sociais do Empresário” como a responsável por marcar o início do período moderno da literatura sobre o assunto. Seu trabalho é pautado na crença de que as várias grandes empresas são centros vitais de poder e de tomada de decisão e que as ações dessas empresas tocou a vida dos cidadãos em muitos pontos. Um dos seus grandes questionamentos levantados é sobre: quais são as responsabilidades que a sociedade pode razoavelmente esperar que um empresário assuma?

O Comitê de Desenvolvimento Econômico (CED), referência na contribuição para o conceito de responsabilidade social corporativa, foi responsável pela publicação “Responsabilidades Sociais das Sociedades Anônimas”, em 1971. A entidade, conforme Machado Filho (2002), aborda este tópico observando que as funções de negócios, pelo consentimento público e por sua finalidade básica, são servir construtivamente as necessidades da sociedade, para a satisfação da sociedade.

Borger (2001) reforça o papel social das corporações ao argumentar que

A atuação das empresas orientada para a responsabilidade social não implica que a gestão empresarial abandone os seus objetivos econômicos e deixe de atender os interesses de seus proprietários e acionistas, pelo contrário, uma empresa é socialmente responsável se desempenha seu papel econômico na sociedade produzindo bens e serviços, gerando empregos, retorno para os seus acionistas dentro das normas legais e éticas da sociedade. Mas cumprir o seu papel econômico não é suficiente, a gestão das empresas é responsável pelos efeitos de sua operação e atividades na sociedade. (BORGER, 2001, p. 9)

Ashely (2006) entende que o conceito de responsabilidade social corporativa, passou a ser acompanhado, na década de 1970, do termo de responsividade social corporativa, do inglês *corporate responsiveness*, em vista do forte peso normativo atribuído ao tema e pelos debates filosóficos sobre o dever que as corporações possuem para promover o desenvolvimento social. A partir daí, passou-se a questionar sobre como e em que medida a corporação deve responder a suas obrigações sociais, já consideradas um dever dela.

A ISO (*International Organization Standardization*) ou Organização Internacional para Padronização, representada no Brasil pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) tem como objetivo aprovar normas internacionais em todos os campos técnicos, como normas técnicas, classificações de países, normas de procedimentos e processos, dentre outros. A Norma ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social, publicada em 1º de novembro de 2010 pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), define responsabilidade social.

A responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e o bem estar da sociedade, leve em consideração as expectativas das partes interessadas, esteja em conformidade com a legislação aplicável, seja consistente com as normas internacionais de comportamento e seja praticada em suas relações. (INMETRO, 2012b).

Borger (2001) traz uma abordagem proativa para o conceito de empresa como socialmente responsiva, definindo-a como aquela que utiliza seus recursos para antecipar as questões sociais e desenvolver políticas, programas e outros meios de lidar com eles, desenvolvendo uma capacidade de resposta para a manutenção de sua competitividade. Para a autora, a gestão das questões sociais numa empresa socialmente responsiva está integrada no plano estratégico, em vez de estar atrelada a uma reação a um crise específica.

Ainda com referência em Borger (2001), a empresa proativa a politicamente responsiva provavelmente será mais capaz de adaptar-se a mudanças sociais do que as organizações socialmente responsáveis, que são essencialmente reativas em relação ao

monitoramento do ambiente e adaptam seu planejamento de longo prazo para incorporar mudanças previsíveis na lei.

Retornando à discussão para abordagens normativas mais amplas e sistêmicas, Ashley (2006, p.51) reflete que

A corporação tem sido historicamente vista como centro de referência para reflexão sobre ética e responsabilidade social nos negócios. Nesse eixo de referência, a responsabilidade social corporativa tende a ser considerada uma atividade destacada da lógica econômico-financeira da empresa, encaixando-se na categoria do pós-lucro. Há um foco na necessidade da corporação de realizar lucros para sobreviver, em que a responsabilidade social torna-se, assim, uma ação instrumental.

E complementa:

Essa categoria de responsabilidade social corporativa normativa do tipo pré-lucro faz com que as corporações sejam obrigadas a cumprir suas responsabilidades sociais e morais antes de maximizar seus lucros, sendo um meio eficiente e efetivo de controle social e uma base para a confiança nas relações humanas e organizacionais. (ASHLEY, 2006, p.51).

Carrol (1999 *apud* ASHLEY, 2006) cita que o conceito de responsabilidade social corporativa permanecerá como elemento essencial da linguagem e prática de negócios, pois representa uma base vital para diversas outras teorias, além de ser continuamente ir ao encontro do que a sociedade espera das corporações hoje.

No presente momento, é difícil imaginar que novos conceitos possam se desenvolver de forma separada e distinta dos conceitos formulados durante a metade do século passado, porém surgirão novas perspectivas sobre a responsabilidade das empresas em relação à sociedade, particularmente a nível global, em vista das tecnologias emergentes, áreas e aplicações comerciais, segundo Carrol (1999 *apud* ASHLEY, 2006).

Neste contexto, depreende-se que o conceito de responsabilidade social corporativa tem um futuro promissor, pois aborda e capta os interesses públicos mais importantes, em relação ao relacionamento entre negócios e sociedade.

Savitz (2006) afirma que negócios sustentáveis apresentam uma excelente possibilidade de serem mais bem sucedidos no futuro do que no presente, e de continuarem assim não apenas por meses ou mesmo anos, mas por décadas ou gerações.

2.3 Desenvolvimento sustentável e criação de valor pelas empresas: entendendo as dimensões da sustentabilidade

Barbieri e Cajazeira (2009) defendem que a concepção de um mundo melhor para todas as gerações sem prejudicar o meio ambiente é um objetivo social desejado, projetando o movimento do desenvolvimento sustentável mundialmente.

Muito se debate sobre essa frente, segundo afirma o referido autor, desde críticas favoráveis e questionamentos sobre sua efetividade até o julgamento de ser mais uma forma de golpe provocada pelo capitalismo, razão pela qual tantas empresas aderiram ao movimento com uma rapidez até então nunca vista no ambiente organizacional.

Para Barbieri e Cajazeira (2009), esse movimento apenas faz sentido se for globalizado, com a participação de todas as nações, governos em todas as instâncias e sociedade civil para sanar problemas ambientais de elevada gravidade como o aquecimento global, a destruição da camada de ozônio estratosférico, a poluição de rios e oceanos, a extinção acelerada de espécies vivas, além de problemas sociais como a pobreza presente na vida de bilhões de pessoas, os assentamentos urbanos desprovidos de infraestrutura mínima para uma vida digna, a violência urbana, o tráfico de drogas e as epidemias globalizadas, como a AIDS, por exemplo. As empresas possuem um papel fundamental no processo de solução desses problemas socioambientais, pois a raiz de muitos deles foi produzida ou estimulada por suas atividades.

Duas estratégias centrais foram criadas para contornar esses problemas globais emergentes, conforme Barbieri e Cajazeira (2009). A primeira é representada pelo lema “pensar globalmente e agir localmente”, isto é, a empresa não deve esperar por condições ideais regidas por planos internacionais e nacionais, legislações ou convenções para tomar uma atitude própria. A Segunda estratégia consiste em desagregar em dimensões os elementos que constituem o desenvolvimento sustentável.

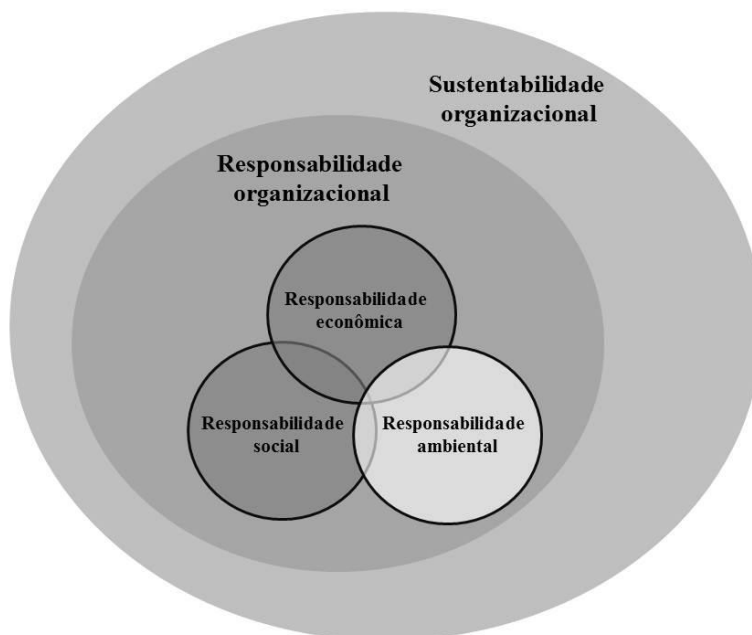
A partir disso, surgiram diversos modelos de desagregação propostos, dentre os quais o de Ignacy Sachs, com referência em Sachs (2004 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009), a seguir:

- a) sustentabilidade social: consolidação de processos que visam à distribuição de renda e bens de forma igualitária, para uma melhoria substancial dos direitos e condições de vida de amplas massas da população, reduzindo a distância entre o padrão de vida das pessoas;

- b) sustentabilidade econômica: alocação de recursos produtivos e sua gestão eficiente, assim como o fluxo regular de investimentos públicos e privados;
- c) sustentabilidade ecológica: ações desenvolvidas em prol do aumento da capacidade de carga do planeta e mitigar os danos causados ao meio ambiente por meio de processos produtivos de desenvolvimento, por exemplo com a substituição do consumo de recursos não renováveis por renováveis, visando à redução da emissão de poluentes, preservando a biodiversidade, entre outros;
- d) sustentabilidade espacial: equilíbrio da infraestrutura rural e urbana e solução para os assentamentos humanos;
- e) sustentabilidade cultural: respeito pela diversidade e especificidade de cada ecossistema, cultura e local.

Barbieri e Cajazeira (2009) entendem que uma empresa sustentável é aquela que busca incorporar os conceitos e objetivos relacionados ao desenvolvimento sustentável em suas políticas e práticas de forma consistente. Para Marrewijk (2003 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009), contribuir para o desenvolvimento sustentável é o objetivo da empresa, e a responsabilidade social um meio para tornar a sua contribuição efetiva, conforme apresenta a Figura 3.

Figura 3: Responsabilidade social e sustentabilidade organizacional



Marrewijk (2003 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009) atribui ao conceito de empresa sustentável a convergência dos movimentos da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável, que representa um longo caminho percorrido pela empresa durante o qual foram sendo incorporadas práticas e compromissos com a sociedade.

De acordo com Barbieri e Cajazeira (2009), muitos modelos de gestão empresarial foram desenvolvidos com o intuito de incorporar as dimensões da sustentabilidade, alinhados à perspectiva do desenvolvimento sustentável.

Os conceitos de empresa socialmente responsável e empresa socialmente sustentável são distintos para Melo Neto e Brennand (2004). Segundo os autores, a primeira é aquela que realiza investimentos sociais, por meio do estabelecimento de um foco específico, uma causa social, e desenvolve projetos pontuais e soluções de curto e médio prazo, a níveis local e regional, de forma direta ou indireta, através de parcerias com outras instituições. São exemplos dessas iniciativas prestação de serviços comunitários, construção de novas instalações, compra de bens e equipamentos, distribuição de remédios, medicamentos e merenda escolar, realização de campanhas, entre outros. Dessa forma, o autor define sua contribuição como mais comunitária do que societária, não havendo uma gestão baseada em ações sustentáveis.

Contudo, Melo Neto e Brennand (2004) entendem que problemas de raízes mais profundas como a pobreza e a fome requerem soluções globais por meio de programas de maior alcance, em parceria com ações governamentais e entidades do Terceiro Setor, adotando-se estratégias mais robustas e de longo prazo.

Ainda segundo Melo Neto e Brennand (2004), empresas socialmente sustentáveis são parceiras na elaboração de soluções mais globais, por meio de políticas públicas de inclusão social e alternativas em escala em áreas como educação, capacitação, concessão de créditos, empregabilidade, cooperativismo. Portanto, não possuem uma visão assistencialista estreita, fornecendo novas visões para a perspectiva social.

Ferrari (2002, *apud* MELO NETO e BRENNAND, 2004) faz a reflexão de que “[...] a atuação empresarial no Brasil é muito centrada em questões de marketing social com horizontes mercadológicos e com absorção sem grandeza.”.

Mais recentemente, o conceito de Sustentabilidade passou a ser visto pelas empresas como um negócio. Não mais como um atributo das ações, projetos, produtos e serviços da empresa. Mas, principalmente, como um pré-requisito essencial para a sobrevivência e sucesso do negócio. (MELO NETO e BRENNAND, 2004).

Melo Neto e Brennan (2004) entendem que a Sustentabilidade é pensada como uma “abordagem de negócios” e, por isso, desempenha um papel estratégico no contexto contemporâneo das empresas.

A criação de valor no relacionamento da corporação com os seus diversos *stakeholders*, por meio de ações sustentáveis, é considerada um fator predominante no ambiente estratégico empresarial. “De indicador e medida de desempenho para ações e projetos, a Sustentabilidade tornou-se um parâmetro de ‘avaliação de risco’ de quaisquer negócios.” (MELO NETO e BRENNAND, 2004).

É imprescindível as empresas irem além da adoção de práticas de gestão sustentável para assegurar sustentabilidade a um negócio, integrando aspectos sociais e ambientais aos gerenciais em um modelo consistente (*input*) para obter resultados financeiros, sociais e ambientais desejáveis (*output*).

Essa estratégia promove geração de valor em todas as dimensões da gestão empresarial. Como exemplos citados pelos autores, têm-se a redução de custos produzidos pela gestão ambiental, aumento de vendas dos produtos quando aliados a tecnologias limpas, fortalecimento da marca e posicionamento como uma empresa sustentável no mercado.

Por conseguinte, exemplos de resultados atingidos são o reconhecimento da comunidade, fidelização e aumento da base de clientes, que passam a valorizar as iniciativas sustentáveis da empresa, em observância a um contexto atual onde os consumidores exigem cada vez mais das empresas uma postura responsável ao desenvolver suas atividades.

A sustentabilidade como um princípio norteador da gestão dos negócios beneficia, desta forma, a cadeia de produção por completo, impactando no relacionamento da empresa com todas as suas partes interessadas.

2.4 O modelo *Triple Bottom Line* (TBL)

Barbieri e Cajazeira (2009) citam outro modelo de desagregação popularmente citado e tomado como referencial de diversas variações de modelos dimensionais da sustentabilidade, conhecido como *Triple Bottom Line*, em português, Tríplice Linha de Resultados Líquidos. A metodologia foi desenvolvida pela empresa britânica *SustainAbility*, que presta serviços de consultoria em questões como consumo, transparência, engajamento das partes interessadas, estratégia de inovação e transformação, visando à criação de negócio e valor social, em resposta aos desafios globais.

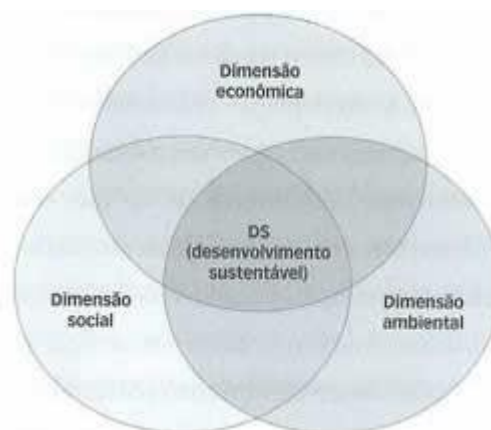
O também chamado “tripé da sustentabilidade” ficou conhecido no cenário corporativo por meio do livro “*Cannibals with forks*”, em uma tradução livre, “Canibais com garfo e faca”, publicado em 1997 pelo autor e sócio da empresa, John Elkington.

De acordo com Barbieri e Cajazeira (2009), a obra pretende responder se o capitalismo, assim como um canibal, se tornaria civilizado se utilizasse garfo. De fato, há uma metáfora sobre o elemento do garfo, que faz referência às dimensões econômica, social e ambiental da sustentabilidade, na qual cada dente do garfo representa uma dessas dimensões em termos de resultados líquidos.

O uso da linguagem de resultados líquidos é familiar no ambiente empresarial, acostumado desde a sua origem a buscar o resultado líquido na forma de lucro, resultado este que a contabilidade consagrou como a última linha da demonstração dos resultados dos exercícios financeiros (bottom line). (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009, p. 74).

A figura 4, de Marrewijk (2003 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009), ilustra simples e objetivamente o conceito do tripé, onde é possível observar a sinergia necessária entre as dimensões econômica, social e ambiental para que se atinja o desenvolvimento corporativo com bases sustentáveis.

Figura 4: TBL. Desempenho econômico, social e ambiental promovendo o desenvolvimento sustentável



Fonte: Marrewijk (2003 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009).

Barbieri e Cajazeira (2009) ressaltam que essa representação gráfica ilustra as três dimensões (econômica, social e ambiental) através de interseções entre círculos, modelo que se tornou bastante conhecido.

E acrescenta que

A proposta básica do desenvolvimento sustentável é que cada constituinte da sociedade adote práticas que contribuam para tornar efetivos aqueles pactos intra e intergeracionais comentados anteriormente, cada qual atuando nas suas respectivas áreas de abrangência. No âmbito das organizações em geral, o núcleo duro da sua contribuição para com o desenvolvimento sustentável passou a consistir em três dimensões: econômica, social e ambiental. [...] A redução a essas três dimensões não implica a perda ou abandono das outras dimensões citadas, mas uma concentração no que é específico da atuação das organizações. Uma organização sustentável seria, portanto, a que orienta as suas atividades segundo as dimensões da sustentabilidade que lhe são específicas. Em outras palavras, é uma organização que busca alcançar seus objetivos atendendo simultaneamente os seguintes critérios: equidade social, prudência ecológica e eficiência econômica. Desse modo, os movimentos da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável, cada qual com suas características próprias e campos de estudos específicos, convergem para o conceito de empresa sustentável. (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009, p. 69).

Segundo Savitz (2006), o *Triple Bottom Line* captura a essência da sustentabilidade por meio da mensuração do impacto das atividades de uma organização no mundo. Um *Triple Bottom Line* positivo reflete no aumento do valor da empresa, incluindo tanto sua rentabilidade e valor para o acionista, quanto seu capital social, humano e ambiental.

Para o autor, assim como relatórios financeiros significativos não podem ser resumidos a um número, não há uma soma precisa para a sustentabilidade. Ainda não há uma maneira acurada ou completa de descrição dos benefícios ao consumidor ou à comunidade utilizando números, alguns dos quais requerem um alto teor explicativo. “O *Triple Bottom Line* existe atualmente com um tipo de “balanced scorecard”, que captura em números e palavras em que grau uma companhia está ou não criando valor para seus acionistas e para a sociedade.” (SAVITZ, 2006).

Como exemplo ilustrativo, o quadro 1, elaborado por Savitz (2006), detalha o exemplo de uma análise que pode ser realizada por uma empresa para avaliar, por meio de indicadores, o grau de desenvolvimento sustentável, ao combinar elementos econômicos, sociais e ambientais, buscando o equilíbrio dos resultados desse balanço.

Quadro 1: Indicadores do TBL

	Econômico	Ambiental	Social
Indicadores típicos	Vendas, lucro, retorno sobre o investimento	Qualidade do ar	Práticas de trabalho
	Impostos pagos	Qualidade da água	Impactos na comunidade
	Fluxos monetários	Uso da energia	Direitos humanos
	Geração de emprego	Geração de resíduos	Responsabilidade sobre o produto
	TOTAL	TOTAL	TOTAL

Fonte: Savitz (2006, p. 13).

Elkington (1997 *apud* Henriques e Richardson, 2004), claramente e eloquentemente inseriu o TBL na agenda global. Segundo o autor, o momento era perfeito: a desregulamentação dos mercados, privatizações, investimentos em pensão compulsória e os lucros extraordinários e mercados em expansão que afetaram muitas pessoas e empresas resultaram em uma maior consciência global. Os anos 1990 viram a nova tecnologia, em particular a internet, trazer uma explosão de informações para os ativistas ambientais e sociais, empresas e investidores. O TBL criou uma linguagem que deu sentido ao conceito de sustentabilidade para uma população focada no desempenho econômico. Segundo os autores, parece que os acontecimentos da década de 1990 legitimaram a proposta da sustentabilidade, e o conceito do TBL a articulou.

Barbieri e Cajazeira (2009) corroboram exprimindo que a dimensão econômica, no contexto empresarial, assume a necessidade da aferição do lucro pela organização com o intuito de aumentar o seu valor de mercado e gerar riqueza aos seus acionistas. Contudo, esse conceito de lucro contábil (uma das linhas de resultados líquidos) apurado da forma convencional é insatisfatório do ponto de vista do desenvolvimento sustentável. Para ele, é essencial que outras formas de capital devem ser consideradas, junto às questões sociais e ambientais, como o capital intelectual (humano) da empresa, representado pela competência profissional, experiência, habilidades e motivação do pessoal.

Outro fenômeno que deve ser observado pela empresa, de acordo com Barbieri e Cajazeira (2009), é referente aos custos sociais e ambientais não registrados pela contabilidade convencional. Esses custos representam as externalidades, ou seja, fenômenos externos ao mercado que não afetam o funcionamento da empresa e um conceito chave para o

modelo em questão. Essas externalidades causam impactos em pessoas não envolvidas nas suas transações e podem ser positivas ou negativas, condicionadas à melhora ou prejuízo do bem-estar dessas pessoas.

Para o autor, exemplos claros são a poluição gerada por uma fábrica, que causa efeitos nocivos aos seres vivos e não-vivos, gerando um custo ambiental e social pagos pela sociedade e não pela empresa (externalidade negativa); ou a instalação de equipamentos de captura e tratamento de poluentes por uma empresa (externalidade positiva), com o intuito de evitar a poluição na fonte, de forma a internalizar esses custos para reduzir os custos sociais produzidos pelas externalidades negativas.

É necessário que a empresa avalie os passivos ocultos decorrentes das suas responsabilidades perante as partes interessadas (acionistas, empregados, clientes, fornecedores, vizinhos etc.), para considerá-los a fim de obter o resultado líquido referente à dimensão econômica da sustentabilidade. (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009, p. 75 e 76).

O capital natural também é fundamental ao modelo *Triple Bottom Line* e deve ser considerado para obter o resultado líquido na esfera ambiental, de acordo com Barbieri e Cajazeira (2009). O conceito deve ser entendido de forma plena, envolvendo bens e serviços ambientais, que são a origem de tudo o que os humanos necessitam produzir para suprir suas necessidades. O autor ressalta que “[...] bens ambientais referem-se às fontes de matérias-primas, sendo em geral classificados com renováveis ou não-renováveis.” (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009). Já “[...] os serviços ambientais envolvem bens intangíveis proporcionados pela natureza, como a polinização, a circulação do ar, a regulação do clima e os ciclos biogeoquímicos da água, do oxigênio, do gás carbônico, do nitrogênio [...]” (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009).

O capital social, ainda conforme Barbieri e Cajazeira (2009), vai além do capital humano na como saúde, habilidades e educação dos colaboradores da empresa, mas deve incluir a saúde da sociedade e a criação de riquezas. Elkington (2001 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009) entende por capital social “[...] a capacidade que surge da prevalência da confiança da sociedade ou em partes dela e um dos seus maiores benefícios é a diminuição do atrito social”. Putnam (2000 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009) defende que “[...] as características da organização social, como confiança, normas e sistemas contribuem para aumentar a eficiência da sociedade facilitando as ações coordenadas”.

A reputação é uma questão-chave relacionada com o conceito de capital social e está fortemente vinculada à conduta da empresa nas três dimensões da sustentabilidade. Os capitais intelectual, natural e social, da mesma forma que o capital econômico na forma de ativos tangíveis e intangíveis, concorrem para a produção de outros bens e podem ser aumentados ou diminuídos ao longo do processo de produção. A ideia é que todas as formas de capital aumentem ao longo do tempo por meio de uma gestão social e ambientalmente responsável. (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009, p. 77 e 78).

Entretanto, Barbieri e Cajazeira (2009) alerta para um ceticismo acerca de modelos de organização sustentável, assim como o *Triple Bottom Line*, pela dificuldade em se tratar questões complexas e de diferentes esferas simultaneamente, pois muitas não são familiares aos métodos e práticas de gestão convencionais, como o capital social e natural, tornando necessária a criação de novos instrumentos de trabalho. Ademais, as questões econômicas sempre são as de maior prioridade.

Corre-se o risco de que as tres linhas de resultados liquidados (*triple bottom line*) se tornem apenas uma única linha (*single bottom line*), ou seja, um modelo centrado nos resultados econômicos, acrescido de comprometimentos dúbios a respeito das responsabilidades sociais e ambientais, o que facilitaria a hipocrisia por parte das empresas. (NORMAN, 2004 *apud* BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009, p. 79).

Barbieri e Cajazeira (2009) conclui que sempre ocorrerá o uso indevido de modelos de gestão prestigiados no âmbito empresarial, como o *Triple Bottom Line*. Contudo, o seu uso consciente pode gerar melhorias em todas as dimensões da sustentabilidade, contanto que elas caminhem em sincronia, porém sem esperar que todas as condições estejam disponíveis para começar a agir.

Organizações e sociedades sustentáveis geram valor e vivem sem o interesse de esgotar o seu capital. Capital, neste contexto, inclui recursos naturais, tais como água, ar, fontes de energia e alimentos. Também inclui os ativos humanos e sociais - desde o comprometimento do colaborador até o apoio da comunidade - bem como econômicos, como uma licença para operar, um mercado receptivo e uma infraestrutura legal e econômica. Uma empresa pode gastar o seu capital por um tempo, mas, geralmente, não por muito tempo. Uma empresa que honra os princípios de sustentabilidade, pelo contrário, é construída para durar. (SAVITZ, 2006, p. 10).

2.5 Gestão da Responsabilidade Social Corporativa

No ambiente corporativo, a responsabilidade social tem evoluído constantemente para um modelo de gestão que apresenta resultados, conferindo às organizações um diferencial competitivo. Nesse sentido, há uma crescente preocupação em atingir desempenhos econômicos, sociais e ambientais consistentes com práticas reconhecidas no mercado.

Ashley (2006) ressalta que, ligada a esse modo de pensar, está a conscientização, por parte das organizações, do crescente poder de mobilização da sociedade civil para demandar das empresas atitudes éticas e responsáveis e afetar negativamente a empresa quando o público percebe procedimentos que não estão de acordo com os padrões de ética exigidos.

Segundo a Pesquisa Ibope Ambiental, promovida pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) em setembro de 2011, junto a 400 médias e grandes empresas brasileiras e multinacionais atuantes no Brasil, 48% delas afirma que ações de sustentabilidade já fazem parte da sua agenda, por meio de políticas e metas planejadas.

A pesquisa, de acordo com o Ibope (2011), indicou que o percentual médio do faturamento das empresas pesquisadas destinado à sustentabilidade é de 3%. Ademais, 8 em cada 10 empresas que praticam essas ações possuem um plano estratégico de sustentabilidade. Em relação ao diferencial competitivo, 91% acreditam que em 2022 os consumidores procurarão comprar marcas de organizações socialmente responsáveis, um crescimento de 13% em relação à pesquisa realizada em 2007.

Além disso, 83% das empresas entendem que os consumidores estarão dispostos a pagar mais caro por produtos que não agriam o meio ambiente, um acréscimo de 14% em relação à 2007.

Ainda conforme análise do Ibope (2011), o mesmo estudo realizado em 2010 apontou que o faturamento médio das empresas destinado a ações e políticas de sustentabilidade é de 3%. Além disso, mais da metade das companhias que foram pesquisadas integram uma área de sustentabilidade com práticas e políticas socioambientais estruturadas. Em decorrência, cerca de 70% dos clientes dessas empresas cobram informações sobre o seu engajamento.

Os dados apresentados pelo Ibope (2011) indicam uma gradual mudança comportamental das empresas e da sua cadeia de valor. Com isso, diversas ferramentas têm sido desenvolvidas para auxiliar a gestão da sustentabilidade nas corporações, o que representa um avanço considerável na implantação de padrões sustentáveis na produção de bens e serviços.

2.5.1 A importância do engajamento dos Stakeholders

Ashley (2006) aborda a mudança da discussão da responsabilidade social para além da corporação, que compreende adotar uma perspectiva orientada para a sustentabilidade

do próprio conceito, uma vez que expõe a necessidade de uma efetiva rede de negócios que incorpore o conceito da responsabilidade social em todas as transações dos *stakeholders* a ela associados.

O conceito de *stakeholder* atenta para o fato de que a atividade empresarial não é somente uma transação de mercado, mas uma rede de relações cooperativas e competitivas de um grande número de pessoas organizadas de várias maneiras. A empresa é uma organização na qual e pela qual muitos indivíduos e grupos empreendem esforços para atingir os seus fins. (BORGGER, 2001, p. 54).

Daft (1999) reforça que a Responsabilidade Social de uma organização deve considerar todas as relações e práticas existentes entre as chamadas “partes interessadas ligadas à organização” (*stakeholders*) e o ambiente ao qual pertence.

Duarte e Torres (2005) argumentam que a capacidade da organização estabelecer uma comunicação aberta, eficaz, ética e transparente com seus parceiros é tão importante quanto a alta produtividade e a capacidade de inovação tecnológica.

Um modelo de engajamento na atuação de Responsabilidade Social requer que os gestores definam os elementos básicos da RSE, compreendendo as questões que envolvam responsabilidade social, identificando os agentes sociais com os quais a empresa tem responsabilidade, relações ou dependência e especificando a filosofia de resposta para as questões. (CARROLL, 1999 *apud* BORGGER, 2001, p.60).

De acordo com Borger (2001), devido à complexidade da gestão dos *stakeholders*, é necessário que a organização conheça os valores, direitos e interesses das suas partes interessadas e os equilibre para que as decisões sejam tomadas dentro de um contexto mais amplo e num horizonte de longo prazo.

A incorporação da responsabilidade social e a atuação são vistos como um processo com diversas fases, as quais Wheeler e Sillanpaa (1997) denominam de a inclusão dos *stakeholders* ou “*stakeholding*”; trata-se de um processo contínuo, sendo necessário revisar constantemente os objetivos e as metas. É preciso ter como filosofia a melhoria contínua, com base na cooperação e na construção da relação com os *stakeholders*. A relação tem como fundamento a confiança, a integridade e o foco é a sustentabilidade de longo prazo. (BORGGER, 2001, p.64).

Assim, o debate sobre a responsabilidade social nos negócios adquire um caráter descentralizado, com foco em redes de relacionamento entre *stakeholders*, de forma que as relações de troca passam a ser pontos centrais de reflexão, não apenas em aspectos econômicos, mas inclusive relações de confiança, ideias e normas éticas.

2.5.2 Princípios diretivos de Responsabilidade Social Corporativa por meio de pactos e compromissos públicos

O segmento corporativo passou a desempenhar, em um contexto internacional, um importante papel na discussão entre países membros das Nações Unidas a respeito de temas centrais como direitos humanos, direito do trabalho, meio ambiente e desenvolvimento sustentável. Esses esforços resultaram em padrões, acordos, recomendações, códigos unilaterais e multilaterais que têm como objetivo auxiliar as empresas a construir e desenvolver sua gestão em bases sustentáveis com o meio ambiente e a sociedade. Algumas diretrizes amplamente aceitas internacionalmente são descritas a seguir.

2.5.2.1 Declaração Universal dos Direitos Humanos

Elaborada em 10 de dezembro de 1948, essa declaração é um marco na história dos direitos humanos, segundo a Organização das Nações Unidas – ONU (2012). O texto trata de direitos humanos, civis, econômicos, sociais e culturais "inalienáveis" e "indivisíveis" que todo ser humano tem direito ao nascer.

De acordo com a ONU (2012), diversos tratados internacionais de direitos humanos e outros instrumentos adotados desde 1945 são fundamentados neste documento, como Convenção para a Prevenção e a Repressão do Crime de Genocídio (1948), a Convenção Internacional sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial (1965), a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres (1979), a Convenção sobre os Direitos da Criança (1989) e a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (2006), entre outras. Além disso, novas questões de direitos humanos são trabalhadas periodicamente.

2.5.2.2 Declaração OIT sobre os Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho e seu Seguimento

De acordo com a Organização Internacional do Trabalho - OIT (2012), a declaração, adotada em 1998 após o fim da Guerra Fria, representa uma reafirmação universal do compromisso dos estados membros, e da comunidade internacional em geral, de respeitar, promover e aplicar de boa-fé os princípios fundamentais e direitos no trabalho.

Quatro princípios fundamentais são estabelecidos a todos os membros da OIT (2012): liberdade sindical e reconhecimento efetivo do direito de negociação coletiva; eliminação de todas as formas de trabalho forçado; abolição efetiva do trabalho infantil; eliminação de todas as formas de discriminação no emprego ou na ocupação.

2.5.2.3 Agenda 21 Global

“A Agenda 21 Global pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.” (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2012).

O documento resultou da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), popularmente conhecida como Rio 92, realizada pela Organização das Nações Unidas – ONU. Ao todo, 179 países acordaram e assinaram o documento, constituído por 40 capítulos, com o intuito de promover globalmente um novo padrão de desenvolvimento, denominado “desenvolvimento sustentável”. De acordo com o Ministério do Meio Ambiente (2012), a partir das diretrizes da Agenda 21 Global, surgiram iniciativas para implementar suas estratégias a níveis locais, como a Agenda 21 Brasileira e a Agenda 21 Local, esta última gerida por fóruns locais que desenvolvem Planos Locais de Desenvolvimento que definem os meios de implementação e as responsabilidades do governo e dos demais setores da sociedade local na implementação, acompanhamento e revisão dos projetos e ações.

2.5.2.4 Pacto Global

Segundo o Pacto Global no Brasil,

O Pacto Global é uma iniciativa desenvolvida pelo ex-secretário da ONU, Kofi Annan, com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente, e combate à corrupção refletidos em 10 princípios. Essa iniciativa conta com a participação de agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não-governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. Hoje já são mais de 2.500 organizações signatárias articuladas por 150 redes ao redor do mundo. (ONU, 2012a).

As empresas signatárias do ONU (2012a) desenvolvem suas atividades em diversos setores da economia, estão localizadas nas mais diferentes regiões geográficas e

visam basear o seu crescimento em pilares responsáveis, levando em conta os interesses das suas partes interessadas (*stakeholders*). Além disso, representa uma iniciativa base para a concepção da ISO 26000 de Responsabilidade Social Empresarial.

2.5.2.5 *Objetivos do Milênio (ODM)*

Conforme o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD (2012), os ODM surgiram, em 2000, de um compromisso firmado entre 189 nações, inclusive o Brasil, para combater a extrema pobreza e outros grandes problemas sociais e ambientais em escala global. O cumprimento das metas envolve não apenas os governos dos países, mas a sociedade em geral e empresas que desenvolvem e participam voluntariamente da iniciativa.

Ao todo, de acordo com o PNUD (2012), são 8 objetivos estabelecidos pela ONU que deverão ser alcançados até 2015, os quais são: acabar com a fome e a miséria; educação básica de qualidade para todos; igualdade entre sexos e valorização da mulher; reduzir a mortalidade infantil; melhorar a saúde ds gestantes; combater a AIDS, a malária e outras doenças; qualidade de vida e respeito ao meio ambiente; todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento.

Em setembro de 2010, segundo o PNUD (2012), esse compromisso foi renovado para acelerar o progresso em visando o cumprimento dos objetivos.

2.5.2.6 *Conferência Rio+20 e o documento “O Futuro que Queremos”*

De acordo com o Instituto Ethos (2012b), líderes mundiais, milhares de participantes de governos, setor privado, ONGs e outros grupos se reuniram no Rio de Janeiro, em 2012, para a Conferência Rio+20, com o intuito idealizar como reduzir problemas como a pobreza, avançar em igualdade social e garantir proteção ambiental para atingir “O Futuro que Queremos”, título do documento político que resultou da conferência focado nas sete áreas prioritárias de trabalho decente, energia, cidades sustentáveis, segurança alimentar e agricultura sustentável, água, oceanos e prontidão para desastres.

Para o Instituto Ethos (2012b),

Existem “expressivas diferenças de contexto entre a Rio+20 e as três grandes conferências de meio ambiente, realizadas em 1972 (Estocolmo), em 1992 (Rio) e em 2002 (em Johannesburgo). Estocolmo antecedeu as duas grandes crises do petróleo que foram o gatilho para iniciar a desregulação da economia. A Rio 92 ocorreu no meio do neoliberalismo, cujas premissas não contribuem para o desenvolvimento sustentável. Johannesburgo 2002 realizou-se quando a financeirização estava em seu auge. Já a Rio + 20 tem como cenário a crise financeira mundial iniciada em 2008, com novos desdobramentos em 2010-2011. Há

o esgotamento do modelo de globalização econômica tal qual foi conhecido até agora, tornando necessário e urgente outro rumo para a economia e a política, baseado nos princípios e imperativos do desenvolvimento sustentável.

De acordo com notícia sobre a RIO+20 (2012), o documento, contudo, recebeu críticas de políticos e diversas partes da sociedade quanto à sua efetividade no estabelecimento de ações e resultados concretos voltados ao desenvolvimento sustentável, em relação aos avanços conquistados nos últimos 20 anos, em decorrência da Conferência Rio 92.

2.5.3 Normas e certificações em Responsabilidade Social

Grüninger e Oliveira (2002) definem que normas e certificações são padrões, ou seja, conjuntos amplamente aceitos de padrões de procedimentos práticas e especificações. Na área da responsabilidade social corporativa, as normas e certificações vêm sendo desenvolvidas para que as empresas respondam a desafios como ampliação de responsabilidades, transparência e prestação de contas, fundamentais para qualquer processo de gestão socialmente responsável.

“A elaboração de normas para a gestão da responsabilidade social é uma tarefa complexa, pois envolve questões como ética e cultura, o que dificulta a obtenção do consenso dos requisitos, principalmente, em nível internacional”. (OLIVEIRA, 2002; LEIPZIGER, 2003 *apud* SORATTO et al, 2006).

2.5.3.1 Social Accountability - SA 8000 e as condições de trabalho

Segundo o Instituto Ethos (2004), a SA 8000, elaborada em 1997 pela *Social Accountability International* – SAI, foi a primeira norma criada para atuação na gestão de responsabilidade social. Representa um instrumento de defesa dos direitos dos trabalhadores, orientando-se pelas principais convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), que fornecem padrões mínimos de condições trabalhistas combinando seus elementos com sistemas de gerenciamento das famílias ISO (*International Organization for Standardization*).

A norma é um padrão global e passível de verificação criado para tornar os locais de trabalho mais humanos. De acordo com o Instituto Ethos (2004), trata-se de uma certificação desenvolvida, revisada e atualizada por meio do diálogo com todas as partes interessadas (*stakeholders*): sindicatos, empresas, ONGs.

Apesar das convenções da OIT serem ratificadas pelos governos, e não diretamente pelas empresas, a norma SA 8000 serve como garantia de adoção pelas empresas do

que foi convencionado pela OIT, antecipando, em alguns casos, o que posteriormente comporá a legislação. Desta forma, a partir da garantia dos direitos dos trabalhadores, a norma expande sua abrangência à gestão da responsabilidade social corporativa. (LEIPZIGER, 2003 *apud* NASCIMENTO et al, 2008, p. 175).

“As empresas estão optando por implementar a SA 8000 como forma de ressaltar suas reputações através da melhoria das condições no ambiente do trabalho e também porque desejam agir corretamente” (LEIPZIGER, 2003 *apud* NASCIMENTO et al, 2008).

Conforme o Instituto Ethos (2004), a norma fornece requisitos passíveis de auditoria, como uma ferramenta de verificação envolvendo temas como trabalho infantil, trabalho forçado, segurança e saúde no trabalho, liberdade de associação e direitos coletivos, discriminação, práticas disciplinares, carga horária de trabalho, remuneração e sistema de gestão.

Oliveira (2002) argumenta que sua implantação apresenta como resultado benefícios para a empresa e suas partes interessadas, como melhorias no ambiente de trabalho, na reputação da empresa, na qualidade e produtividade, nas relações com o governo, sindicatos, ONGs e empregados. Os resultados se estendem à redução no número de acidentes, identificação de produtos feitos sob condições inadequadas para o trabalhador, informações claras para decisões de compra e investimento, baseadas em condições éticas, redução do trabalho infantil, entre outros.

2.5.3.2 *Accountability – AA 1000 e a ética no engajamento com as partes interessadas*

Accountability, segundo Barbieri e Cajazeira (2009), significa responsabilidade sobre consequências de ações e decisões, respondendo pelos seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente, prestando contas aos órgãos de governança e às demais partes interessadas declarando os seus erros e as medidas cabíveis para remediá-los.

De acordo com o Instituto Ethos (2004), a norma AA 1000, concebida pelo *Institute of Social and Ethical Accountability – ISEA*, em 1999, define as melhores práticas para prestação de contas com o intuito de assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato social ético.

Ainda conforme o Instituto Ethos, a norma foi estruturada para auxiliar empresas, acionistas, auditores, consultores e organizações certificadoras e pode ser usada isoladamente ou junto a outros padrões de prestação de contas, como a *Global Reporting Initiative (GRI)*, e normas padrões como as ISO e SA 8000.

Zadek (2000) afirma que o objetivo da norma é apoiar a aprendizagem organizacional e o desempenho geral – social e ético, ambiental e econômico – e, por consequência, a contribuição da organização no sentido de um caminho para o desenvolvimento sustentável.

Melo Neto e Froes (2002) argumentam que a norma AA 1000 ampliou o escopo da avaliação social da empresa e que seu objetivo é monitorar as relações entre a empresa e a comunidade onde está inserida.

Almeida (2007) afirma que pretende-se estabelecer, com a norma, pontos de interação da organização com a comunidade, visando sempre a uma melhoria na gestão de desempenho, levando em conta a participação deles na identificação de objetivos e metas a serem atingidas.

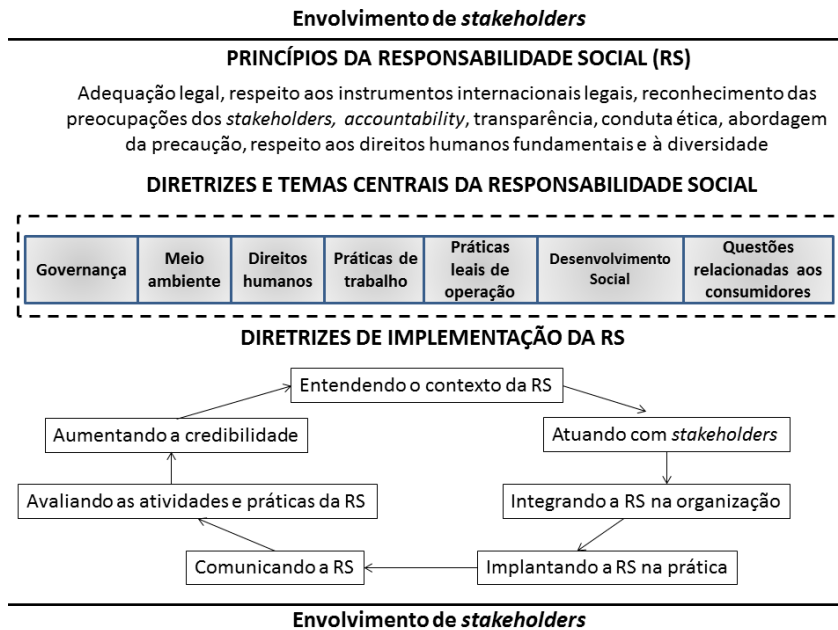
2.5.3.3 Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social

Para a ISO 26000, segundo o Inmetro (2012b), o conceito de responsabilidade social é expresso pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. A responsabilidade social deve estar integrada em toda a organização, ser praticada em suas relações e levar em conta os interesses das partes interessadas.

Para Barbieri e Cajazeira (2009), a norma fornece orientações para todos os tipos de organização, independente de seu porte ou localização, em relação a conceitos, tendências, características, princípios, integração de práticas, implementação e promoção do comportamento socialmente responsável dentro de sua esfera de influência, identificação e engajamento de partes interessadas, visando ao uso voluntário das diretrizes de responsabilidade social.

As diretrizes da norma são embasadas em temas centrais, os quais cada organização deve analisar a relevância das questões para priorizar ações junto a seus *stakeholders*. De acordo com Barbieri e Cajazeira (2009), esses temas tratam de questões substantivas de responsabilidades, são esses Governança Organizacional, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas, Meio Ambiente, Práticas Leais de Operação, Questões dos consumidores e Envolvimento e Desenvolvimento da Comunidade, como pode ser visualizado na figura 5 a seguir.

Figura 5: Norma ISO 26000: dos princípios e diretrizes às práticas efetivas



Fonte: Barbieri e Cajazeira (2009, p. 199).

Barbieri e Cajazeira (2009) ressalta que, em relação aos aspectos processuais, conforme o padrão das demais normas de gestão, essa norma também propõe uma atuação baseada no ciclo PDCA (Planejar (*Plan*), Fazer (*Do*), Verificar (*Check*), Agir (*Act*)), conforme ilustra a figura 5 acima, que remete ao conceito da melhoria contínua, uma exigência comum a todas as normas de gestão.

A norma ISO 26000 tem como propósito básico ser um documento integrador de diversos instrumentos de gestão reconhecidos internacionalmente, de modo a levar as organizações a optarem por escolhas alinhadas com suas estratégias e necessidades.

Barbieri e Cajazeira (2009) esclarece, contudo, que não se intenciona substituir as normas atuais, como a SA 8000 (aplicada ao público interno), AA 1000 (aplicada ao diálogo com *stakeholders*) e a OHSAS 18001 (relacionada à saúde e segurança do trabalho). Porém, essas normas possuem escopos específicos e não abrangem todos os requisitos necessários para cobrir os tópicos da responsabilidade social.

2.5.3.4 ABNT NBR 16001 – A Norma Brasileira de Responsabilidade Social

Conforme Inmetro (2012a), a NBR 16001, desenhada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e publicada em 2004, à luz da ISO 26000, fornece requisitos mínimos para um sistema de gestão da Responsabilidade Social, orientando a formulação e

implementação de políticas e objetivos que abranjam exigências legais, compromissos éticos e preocupação com a promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável, além da transparência das suas atividades.

Ursine e Sekiguchi (2005 *apud* INMETRO, 2012a) entendem que os aspectos mais relevantes desta norma são:

- a) aplicabilidade a todos os tipos e portes de organização. Embora o público usual de normas de sistemas de gestão sejam as grandes corporações, essa norma foi redigida de forma a aplicar-se também às pequenas e médias empresas, de qualquer setor, bem como às demais organizações públicas ou do terceiro setor que tiverem interesse em aplicá-la;
- b) entendimento amplo do tema “Responsabilidade Social”. Essa norma incorporou o conceito mais amplo de Responsabilidade Social, ao aproximá-lo do desenvolvimento sustentável e incluir em seu cerne o engajamento e a visão das partes interessadas;
- c) necessidade de comprometimento dos funcionários e dirigentes de todos os níveis e funções. Em diversos pontos da norma ressalta-se a necessidade de comprometimento dos dirigentes e funcionários de todos os níveis e funções, em especial os da alta direção, uma vez que se trata de um tema transversal;
- d) necessidade de uma política da responsabilidade social e o desenvolvimento de programas com objetivos e metas. A norma prescreve que a alta administração deve definir a política de Responsabilidade Social, “consultando as partes interessadas” e assegurando, dentre outros tópicos, que a mesma “inclua o comprometimento com a promoção da ética e do desenvolvimento sustentável”. Na etapa de planejamento, a organização deverá estabelecer, implementar e manter objetivos e metas da Responsabilidade Social, com o envolvimento de funções e níveis relevantes dentro da organização e demais partes interessadas.

2.5.4 Indicadores de Responsabilidade Social como instrumentos de gestão do negócio e transparência

2.5.4.1 Balanço Social Ibase

De acordo com o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - Ibase (2012), o Balanço Social é uma ferramenta estratégica de transparência e avaliação do exercício da responsabilidade social das empresas, por meio de um demonstrativo econômico publicado anualmente com os investimentos sociais e ambientais realizados pela organização durante determinado ano, os quais são comparados com resultados do exercício anterior, para fins de análise evolutiva.

Para o Ibase (2012), por meio dessa análise, é possível mensurar quanto, em termos monetários, a empresa devolve em benefícios para a sociedade e meio ambiente nos quais está realiza operações, levando-se em consideração os seus resultados econômicos. Além de valores, o balanço fornece outras informações sobre projetos, benefícios e ações sociais direcionadas aos empregados, investidores, analistas de mercado, comunidade, entre outras partes interessadas.

A idéia do Balanço Social é demonstrar quantitativamente e qualitativamente o papel desempenhado pelas empresas no plano social, tanto internamente quanto na sua atuação na comunidade. Os itens dessa verificação são vários educação, saúde, atenção à mulher, atuação na preservação do meio ambiente, melhoria na qualidade de vida e de trabalho de seus empregados, apoio a projetos comunitários visando a erradicação da pobreza, geração de renda e de novos postos de trabalho. O campo é vasto e várias empresas já estão trilhando esse caminho. Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática. (BETINHO, 2012).

É interessante observar que a estrutura do Balanço Social pode ser relacionada com a teoria do *Triple Bottom Line*, pois o demonstrativo contempla as dimensões do tripé da sustentabilidade (econômico, social, ambiental) por meio dos seguintes indicadores: Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos, Indicadores Ambientais (Investimentos Internos e Externos), Indicadores de Corpo Funcional, Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial.

2.5.4.2 Diretrizes Global Reporting Initiative (GRI)

A Global Reporting Initiative – GRI (2012) é uma organização não-governamental que visa desenvolver e disseminar diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade utilizadas globalmente por empresas, de forma padrão e voluntária.

Segundo a GRI (2012), seu objetivo principal é, por meio de um relatório, abrir um canal de comunicação de transparência junto aos seus *stakeholders* (investidores, sociedade, comunidade, público interno, fornecedores, mídia, entre outros), para falar sobre

aspectos econômicos, sociais e ambientais de suas operações de forma confiável e coerente. Ademais, esse documento ajuda na gestão da empresa, identificando progressos periodicamente, por meio dos indicadores, e priorizando áreas que necessitam de melhorias, por exemplo.

Os níveis de elaboração do relatório, conforme a GRI (2012), vão de C, para organizações relatoras iniciantes até A+, para aquelas com mais experiência e maior nível de conhecimento organizacional. Considerando os princípios da G3.1 (mais recente versão das diretrizes da GRI para elaboração de relatórios de sustentabilidade), os princípios para definir conteúdo são materialidade, inclusão dos stakeholders, contexto da sustentabilidade e abrangência; e para assegurar a qualidade são equilíbrio, comparabilidade, exatidão, periodicidade, clareza e confiabilidade.

As dimensões da sustentabilidade são representadas, na estrutura do relatório, por grupos de indicadores essenciais que obedecem os aspectos a seguir, estabelecidos pela GRI (2012):

- a) indicadores econômicos: Performance Econômica, Presença no Mercado e Impactos Econômicos Indiretos;
- b) indicadores ambientais: Materiais, Energia, Água, Biodiversidade, Emissões, Efluentes e Resíduos, Produtos e Serviços, Conformidade, Transporte e Geral;
- c) indicadores de práticas trabalhistas e trabalho decente: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança, Saúde e Segurança no Trabalho, Treinamento e Educação, Diversidade e Igualdade de Oportunidades;
- d) indicadores de direitos humanos: Práticas de Investimento e de Processo de Compra, Não Discriminação, Liberdade de Associação e Negociação Coletiva, Trabalho Infantil, Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo, Práticas de Segurança, Direitos Indígenas;
- e) indicadores de sociedade: Comunidade, Corrupção, Políticas Públicas, Concorrência Desleal e Conformidade;
- f) indicadores de responsabilidade sobre o produto: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicação de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade.

Além desses, existem os indicadores de desempenho setorial, que são mais específicos e variam dependendo do setor de atividades da organização.

De acordo com o Instituto Ethos, parceiro da iniciativa GRI no Brasil,

Por meio de aprendizagem contínua, pesquisa e comentários públicos em ciclos regulares, reunindo centenas de parceiros, num processo voluntário, multistakeholder e consensual, a GRI busca atribuir aos relatórios de sustentabilidade a mesma utilidade e seriedade dos relatórios e balanços financeiros, conferindo-lhes o status de documento. (INSTITUTO ETHOS, 2012c).

O Brasil é o país do bloco econômico Bric (Brasil, Rússia, Índia e China) onde as empresas mais emitem relatórios de sustentabilidade, segundo a pesquisa Emissão de Relatórios de Responsabilidade Corporativa 2011, realizada pela empresa de auditoria KPMG (2011) junto às maiores empresas de 34 países que atuam em 15 setores industriais distintos. Cerca de 88% das empresas brasileiras emitem relatórios, um avanço de 10% em relação à 2008, o que conferiu ao país o sexto lugar no ranking geral da pesquisa, ficando à frente de nações desenvolvidas, como Estados Unidos, Canadá, Finlândia e Holanda.

De acordo com a KPMG (2011), a maioria dessas empresas, aproximadamente 80%, adotam as diretrizes GRI para relatar suas ações socioambientais, o que representa um avanço das práticas de promoção da transparência entre grandes empresas e seus *stakeholders*.

2.5.4.3 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Segundo o Instituto Ethos (2012a), os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial foram desenvolvidos em 1999 e são atualizados constantemente, visando oferecer às empresas uma ferramenta de gestão para o diagnóstico e planejamento das práticas de responsabilidade social empresarial.

Essa ferramenta auxilia a empresa a realizar uma autoavaliação da incorporação de práticas de responsabilidade social em sua gestão, além do planejamento de estratégias e do monitoramento do desempenho geral da empresa.

Atualmente, conforme o Instituto Ethos (2012a), os seguintes temas compõem seu escopo: Valores, Transparência e Governança, Público Interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e Clientes, Comunidade e Governo e Sociedade. O instrumento utilizado é um questionário, desenvolvido em versões para abordar diferentes portes (da micro à grande empresa) e um rol de 12 setores de atuação no mercado, dentre eles energia elétrica, franquias, jornais, mineração e varejo. Com isso, é possível realizar *benchmarkings* entre empresas similares em relação ao seu desempenho.

Com o avanço do movimento de responsabilidade social no Brasil e na América Latina, o Instituto Ethos vem realizando um amplo processo de revisão dos Indicadores Ethos,

com o objetivo de construir os Indicadores Ethos - 3ª Geração, iniciado em 2010, porém ainda sem previsão para conclusão.

A nova proposta do Instituto Ethos (2012d), representada pela Versão Intermediária para Aplicação Piloto, segue uma tendência mundial criando uma plataforma que integra os indicadores atuais a ferramentas e iniciativas legítimas em responsabilidade social empresarial, como a Norma ABNT NBR ISO 26000, Norma SA8000, Diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pacto Global, Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo, entre outros. Além disso, a nova geração pretende atualizar seu conteúdo, considerando as discussões da Rio+20 e incorporando o aprendizado obtido com as experiências no âmbito do Programa Latino-Americano de RSE (Plarse).

Essa mudança propõe uma atualização às mais recentes discussões em responsabilidade social, como mudanças climáticas, produtos e processos sustentáveis, desenvolvimento territorial sustentável, entre outros, no sentido de sugerir práticas de gestão que tratem dessas questões, consolidando seu uso no desenvolvimento da cadeia de valor das empresas.

2.5.4.4 Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)

De acordo com a BM&FBovespa (2012), Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros, o ISE foi criado em 2005 e representa uma ferramenta de análise comparativa do desempenho das organizações de capital aberto que fazem parte da bolsa sob a perspectiva da sustentabilidade empresarial, levando em conta aspectos como eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa, com o objetivo de criar um ambiente de investimento conectado às demandas atuais de desenvolvimento sustentável da sociedade e fomentando a responsabilidade ética das corporações.

Assim como o Balanço Social, vale ressaltar que o questionário do ISE também parte do conceito do *Triple Bottom Line* para aferir o desempenho das companhias, envolvendo a avaliação de elementos ambientais, sociais e econômicos de forma integrada. Além desses, de acordo com a BM&FBovespa (2012), foram acrescentadas mais quatro dimensões que contemplam os seguintes grupos de indicadores: Critérios Gerais (por exemplo, pergunta sobre a posição da empresa perante acordos globais e se a empresa publica balanços sociais); Critérios de Natureza do Produto (se o produto da empresa acarreta danos e

riscos à saúde dos consumidores, entre outros); Critérios de Governança Corporativa e Critérios Relacionados às Mudanças Climáticas.

2.6 Desenvolvimento de projetos sociais e empreendedorismo social

Melo Neto e Brennand (2004) abordam um cenário de evolução de modelos socialmente responsáveis adotados pelas empresas. Primeiramente, a filantropia era o modelo mais utilizado, o qual se sustentava em ações caritativas por meio de doações. O conceito evoluiu, então, para a instituição de projetos sociais, que caracterizavam-se por ações mais permanentes, e, após, veio o modelo de investimento social empresarial. Novos modelos de ação empresarial de responsabilidade social surgiram, dentre eles, o da sustentabilidade associado à preservação do meio ambiente.

Atualmente, como comentado nos tópicos anteriores deste trabalho, foram agregados ao conceito da sustentabilidade novos significados. No novo modelo de sustentabilidade, a responsabilidade social evoluiu para empreendedorismo social. Para Melo Neto e Brennand (2004, p. 116), o chamado “viés do empreendedorismo social” possui características como:

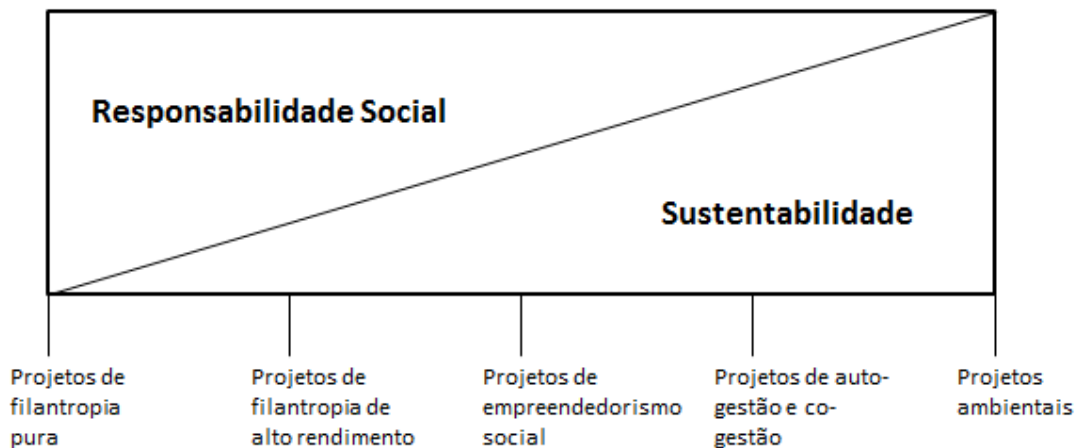
- a) geração de valor nas dimensões econômica, ambiental, social, política e cultural;
- b) atuação em resposta às demandas da sociedade;
- c) contribuição para o autodesenvolvimento das comunidades;
- d) fazer com que a população e, sobretudo, as gerações futuras possam gerar as condições econômicas, materiais e institucionais para o seu próprio sustento; e
- e) desenvolvimento das potencialidades da comunidade.

Um projeto social deve ser direcionado a uma ou mais causas e problemas sociais objetivando agir sobre uma comunidade carente e beneficiando um segmento populacional em situação de risco social, sendo o mesmo objeto de investimentos da empresa. Se tal projeto contempla ações de empreendedorismo (abertura de empresas, desenvolvimento de novos negócios, formação e capacitação profissional, incentivo ao trabalho autônomo, terceirizado ou formação de cooperativas, microcrédito etc.) e é voltado à solução de problemas sociais, temos a união da Responsabilidade Social com a Sustentabilidade. (MELO NETO e BRENNAND, 2004, p. 117).

A figura 6, a seguir, apresenta os tipos de projetos sociais, dentro da perspectiva do binômio Sustentabilidade-Responsabilidade Social, de acordo com Melo Neto e Brennand

(2004). Nos extremos, estão os projetos de filantropia pura, focados exclusivamente na Responsabilidade Social, e os projetos ambientais, enfatizados pelo conceito da Sustentabilidade. No centro, os projetos de empreendedorismo social possuem igual respaldo nas perspectivas da Responsabilidade Social e da Sustentabilidade. Na parte intermediária, visualizam-se os projetos de filantropia de alto rendimento, enfatizados mais pela Responsabilidade Social e menos pela Sustentabilidade; e os projetos de auto-gestão e co-gestão, integrantes da “nova economia solidária”, com foco maior na Sustentabilidade e menor na Responsabilidade Social.

Figura 6: Tipos de projetos sociais



Fonte: Melo Neto e Brennand (2004, p. 117).

Para Melo Neto e Brennand (2004), definir corretamente o foco dos investimentos sociais é fundamental para o sucesso dos projetos e programas sociais. Esse foco associa-se a três elementos: definição do tema principal (educação, saúde, habitação, segurança, emprego etc.); escolha dos segmentos populacionais e qualificação das ações.

Algumas etapas-chave para o processo de definição do foco de projetos sociais, conforme a visão de Melo Neto e Brennand (2004), são descritas a seguir.

- a) definição e análise do problema social, que compreende a análise das suas causas e consequências e da localização precisa (área geográfica) de maior incidência de casos;
- b) definição e análise do público-alvo, que deve culminar com a escolha dos beneficiários diretos e indiretos, suas características socioculturais e demográficas;

- c) definição do tamanho da população-alvo e modelagem do programa ou projeto social, que tem início com a definição das ações dentro do binômio Sustentabilidade-Responsabilidade Social;
- d) escolha do modelo de atuação social. Se o investidor for uma empresa ou grupo de empresas, qual o modelo de atuação social a ser escolhido? Filantropia tradicional, nova filantropia, investimento social privado ou empreendedorismo social?

Por outro lado, os autores enfatizam que muitas empresas declaram-se socialmente responsáveis e possuem uma gestão socialmente irresponsável. Dessa forma, seus investimentos em projetos sociais perdem a validade. Surge dessa ideia a diferença entre Responsabilidade Social e Projeto Social.

A Responsabilidade Social é a assunção de um compromisso com a ética e de um modelo de gestão centrado não apenas nas metas de lucro e de participação de mercado, mas, sobretudo, de adoção de padrões éticos elevados nas relações com funcionários, clientes, governo, concorrentes, parceiros, acionistas e investidores, franqueados, fornecedores e distribuidores. Projetos Sociais são ações sociais de doação e/ou investimento tendo como foco problemas e causas sociais. (MELO NETO e BRENNAND, 2004, p.112).

Para Grajew (2002 *apud* MELO NETO e BRENNAND, 2004), “[...] não adianta apenas ajudar uma obra social se a empresa trata mal seus funcionários, sonega impostos, joga lixo no rio, se mete em corrupção ou engana o consumidor.”

Reforça-se, então, o argumento de que é um engano pensar que o apoio e desenvolvimento de projetos sociais são suficientes para uma empresa tornar-se socialmente sustentável. O investimento em ações e projetos sociais constitui somente uma das estratégias das empresa para o exercício da Responsabilidade Social.

2.6.1 Diferenciando projetos sociais de projetos de empreendedorismo social

Conforme Melo Neto e Froes (2002), “[...] um projeto de empreendedorismo social difere de outros projetos sociais preferencialmente em seu escopo de atuação, em sua dinâmica e propósito geral.”

Em relação ao propósito, para Melo Neto e Froes (2002), o objetivo consiste no empoderamento da comunidade local, de forma que as pessoas que dela fazem parte se organizem e busquem soluções para as suas questões sociais prioritárias, o que envolve o

conceito de autogestão. O seu escopo de atuação possui maior amplitude em relação aos projetos sociais, adotando ações culturais, sociais, econômicas, ambientais, políticas, dentre outras. A dinâmica, em vez de se encontrar nos processos de gestão, é enfatizada pelo estímulo ao empreendedorismo local e regional.

Para melhor entendimento, o quadro 2 esclarece as principais diferenças entre projetos sociais e projetos de empreendedorismo social, tomando como parâmetros elementos como objetivo, foco, beneficiários, dinâmica de funcionamento e escopo de atuação do projeto.

Quadro 2: Diferenças entre projetos sociais e empreendedorismo social

ELEMENTOS	PROJETOS SOCIAIS	PROJETOS DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL
1. Objetivo	Solucionar problemas sociais	“Empoderar” a comunidade
2. Foco	Problemas sociais	Demandas e potenciais (individuais e coletivos)
3. Beneficiários	Agrupamentos sociais e segmentos populacionais em situação de risco social	Comunidades locais e regionais (atores sociais)
4. Dinâmica de funcionamento	Ações que geram produtos para satisfazer demandas insatisfeitas	Ações de fomento ao empreendedorismo comunitário
5. Escopo de atuação	Ações de implementação e gestão	Ações diversas, no entanto voltadas para objetivos de desenvolvimento possível e necessário

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p. 131).

Ainda de acordo com o Melo Neto e Froes (2002), o objetivo dos projetos de empreendedorismo social consiste na ênfase ao desenvolvimento comunitário, por meio da geração de capacidades e competências junto aos integrantes da comunidade, de forma que seja autogestora dos seus projetos e beneficiárias das suas ações e resultados alcançados, seguindo as premissas de criação de ações de integração, cooperação, parcerias e trocas de bens e serviços.

3. METODOLOGIA

Com o tema a ser explorado no presente trabalho, pretende-se realizar um estudo de caso sobre o funcionamento do Programa Luz Solidária realizado pela Companhia Energética do Ceará - Coelce, à luz do referencial teórico que trata sobre o conceito de Responsabilidade Social Corporativa, sob os aspectos sociais, ambientais e econômicos seguindo a abordagem do *Triple Bottom Line*, comumente conhecido como Tripé da Sustentabilidade, em português, e elaborado por Elkington (1997 *apud* Henriques e Richardson, 2004) e debatidos por Barbieri e Cajazeira (2009) e Savitz (2006).

De acordo com as orientações de metodologia científica de Lakatos e Marconi (2010), durante o levantamento de dados, realizou-se pesquisa de dados secundários encontrados em arquivos particulares da empresa, como: relatórios internos da Coelce e arquivos com registro de dados do Programa Luz Solidária, que proporcionaram o acesso a informações mais acuradas e específicas, como investimentos realizados, dados históricos, localização geográfica, quantidade de beneficiados dos projetos sociais, funcionamento do sistema de gestão online, entre outros.

As principais informações do estudo de caso deste trabalho foram coletadas por meio dos Relatórios de Sustentabilidade Coelce 2010 e 2012 (dados secundários), além de consulta a dados referentes aos resultados dos ciclos 1 e 2 do Programa Luz Solidária, executados em 2009/2010 e 2010/2011, respectivamente (COELCE, 2010; COELCE, 2012a; COELCE, 2012b; COELCE, 2012c; COELCE, 2012d).

Como fontes secundárias para a pesquisa bibliográfica, foram acessadas obras literárias, trabalhos acadêmicos de mestrado e doutorado sobre o tema de Responsabilidade Social Corporativa, relatório interno de gestão e atividades do Programa Luz Solidária, além de relatórios de sustentabilidade da Coelce, nos quais os dados deste programa foram publicados desde 2010, seu primeiro ano de execução. Além de informações públicas, encontradas em jornais e *websites* de órgãos do setor elétrico e instituições não governamentais relacionadas ao tema da sustentabilidade, que abordam conceitos, normas, certificações e pactos sustentáveis. As fontes estatísticas do referencial teórico deste trabalho foram extraídas de pesquisas e censos de órgãos oficiais, tais como IBGE, IBOPE, IPECE, entre outras instituições.

Conforme Lakatos e Marconi (2010), a coleta de dados foi feita por meio de pesquisa de campo exploratória, com a utilização da técnica de observação individual,

participante, assistemática e efetuada na vida real, além de entrevistas despadronizadas e não dirigidas por meio do contato direto com os gestores do programa.

Ressalta-se ainda que os dados secundários para o presente trabalho foram coletados por meio da experiência direta da autora junto à empresa e seus gestores durante o período de trabalho de 1 ano e 10 meses na área de Responsabilidade Social Corporativa e Meio Ambiente da Coelce, mais especificamente com a gestão social do Programa Luz Solidária, acompanhamento dos projetos e relacionamento institucional com as organizações sociais executoras dos projetos beneficiados. Isto permitiu a triangulação de dados validando os dados secundários e conferindo maior riqueza de informações apresentadas no estudo.

Portanto, o problema da pesquisa a ser investigado consiste em estudar se o Programa Luz Solidária da Coelce se alinha às dimensões econômica, social e ambiental, de acordo com a abordagem *Triple Bottom Line*, para atingir resultados sustentáveis para a empresa, bem como para as suas partes interessadas, *stakeholders*. Os resultados dessa investigação são apresentados na seção 4.3.7 Principais resultados do Programa Luz Solidária, no presente estudo, cuja a análise foi realizada individualmente para resultados sociais, ambientais e econômicos.

4. PROGRAMA LUZ SOLIDÁRIA COELCE

4.1 Coelce

A Companhia Energética do Ceará - Coelce (2012a) é a terceira maior distribuidora de energia elétrica da região Nordeste do Brasil em volume comercializado, atende 8,5 milhões de habitantes dos 184 municípios cearenses, abrangendo um território de 149 mil quilômetros quadrados.

Em 2012, pelo quarto ano consecutivo foi considerada a melhor distribuidora de energia elétrica do Brasil, de acordo com a Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica – Abradee. A empresa obteve, segundo a Abradee (2012), um Índice de Satisfação da Qualidade Percebida (ISQP) de 88,4%, o mais alto do Brasil, sendo 11,7 pontos percentuais acima da média Abradee, o melhor resultado em sua história na premiação.

Sediada em Fortaleza, a Coelce (2012a) trabalha com uma central de atendimento emergencial no bairro Messejana, responsável pela prestação de serviços para toda a Região Metropolitana. Ademais, possui seis unidades administrativas em diferentes regiões cearenses e 201 lojas de atendimento, sendo duas unidades móveis.

Os 3,2 milhões de clientes são segmentados pelas classes de consumo residencial (2,4 milhões), rural, comercial, institucional e industrial.

A Coelce (2012a) configura como sociedade anônima de capital aberto, com ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa). É controlada pela Endesa Brasil S.A., através da *holding* Investluz S.A., detentora de 56,6% do capital total e 91,66% do capital votante da distribuidora.

4.1.1 Endesa Brasil

Segundo o Relatório de Sustentabilidade da Coelce (2012a), a Endesa Brasil, atualmente uma das cinco maiores empresas privadas do setor elétrico brasileiro, é uma *holding* de companhias que operam com distribuição, geração, conversão e transmissão de energia, atuantes em 4 estados brasileiros (Ceará, Rio de Janeiro, Goiás e Rio Grande do Sul).

Por sua vez, a Endesa Brasil é controlada pela Endesa S.A., maior empresa de energia da Espanha e principal companhia privada de energia da Península Ibérica e da América Latina, presente em oito países (Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Marrocos, Peru e Portugal). A Endesa S.A. possui 92% de seu capital detido pela Enel SpA,

maior companhia elétrica da Itália e a segunda maior da Europa em capacidade instalada, com operações em 23 países de quatro continentes.

4.1.2 Visão, Missão, Valores

A visão, missão e valores que constituem a identidade organizacional Coelce (2012b) são os seguintes:

- a) visão: Fazer a diferença por meio das nossas pessoas, nosso relacionamento e nosso desempenho;
- b) missão: Gente e energia para um mundo melhor! (Energia orientada para um relacionamento próximo e transparente com nossos clientes, crescendo junto com o Ceará e gerando valor para os acionistas através da satisfação e do compromisso de todo o nosso time);
- c) valores:
 - respeitamos a vida (Por meio das atitudes de segurança em tudo que fazemos, compromisso com a sociedade e o meio ambiente, respeito às pessoas);
 - somos simples (Por meio das atitudes de simplicidade nas ações, transparência e confiança nas relações);
 - criamos valor (Por meio das atitudes de inovação em processos e negócios, compromisso e profissionalismo, parcerias sustentáveis, tratar custos como donos do negócio).

4.2. Responsabilidade Social Corporativa na Coelce

A Coelce (2012a) visa à construção de uma sociedade mais justa e igualitária e à promoção do crescimento de comunidades cearenses como partes integrantes da sua estratégia de desenvolvimento sustentável. Em vista disso, o modelo de negócio da empresa é pautado por resultados que incorporam as dimensões econômica, social e ambiental, considerados os três pilares da sustentabilidade.

As principais comunidades com as quais a empresa se relaciona são de baixo desenvolvimento socioeconômico, em sua maioria classificadas na categoria baixa renda, conforme critérios estabelecidos pela Aneel (2012). Dados do Relatório de Sustentabilidade Coelce (2012a) mostram que essa parcela correspondeu a 73% do total de clientes residenciais e 55% de toda a carteira de clientes.

O exercício da responsabilidade social da empresa parte genuinamente do caráter da prestação do seu serviço, considerando-se inicialmente o simples uso da energia elétrica como elemento essencial propulsor de desenvolvimento social e econômico, que proporciona qualidade de vida para os seus usuários.

Soma-se ainda a sua ampla atuação em iniciativas que seguem vertentes diversas, como geração de renda, educação e preservação ambiental, assistência social, incentivo ao esporte e valorização da cultura local. No entanto, segundo a Coelce (2012c), pelo perfil socioeconômico da população atendida, os investimentos sociais da empresa são direcionados, sobretudo, para ações com foco no acesso à energia elétrica, bem como na melhoria da educação para seu uso consciente e seguro e na geração de emprego e renda.

No ano de 2012, foram destinados aos programas de Responsabilidade Social Corporativa da Coelce (2012a) R\$ 198 milhões, destacando-se R\$ 95,8 milhões ao Programa Luz para Todos, de universalização do acesso à energia nas áreas rurais, R\$ 66,2 milhões em benefícios para consumidores baixa renda e R\$ 20,8 milhões ao Programa de Investimentos Especiais, com investimentos em infraestrutura rural e urbana.

Como resultado do trabalho social desenvolvido no Ceará, ao longo de cerca de seis anos, a Coelce (2012b) foi considerada, em 2011 e 2012, a melhor distribuidora do Brasil em Responsabilidade Social, pela Abradee. Segundo a associação, os critérios avaliados para a premiação são os investimentos socioambientais da empresa, mensurados no Balanço Social (Ibase); a pontuação dos Indicadores Ethos-Abradee de Responsabilidade Social Empresarial; e a pesquisa de satisfação em responsabilidade social, realizada junto à sociedade medindo o Índice de Desempenho da Área (IDAR).

4.2.1 Política de Sustentabilidade Endesa

A Coelce (2012a) e todas as empresas do grupo Endesa entendem por sustentabilidade a inter-relação essencial entre práticas socioambientais e seu modelo de gestão, como parte integrante da sua estratégia, de forma a alcançar os objetivos do negócio, além da maximização da geração de valor, no longo prazo, para todos os públicos com os quais se relaciona.

A Política de Sustentabilidade Endesa, segundo a Coelce (2012a), assume um conceito tridimensional, onde aspectos sociais, econômicos e ambientais impactam diretamente no seu negócio, reforçando a importância da integração harmônica dessas dimensões com os seus valores, sua missão e sua visão de negócios.

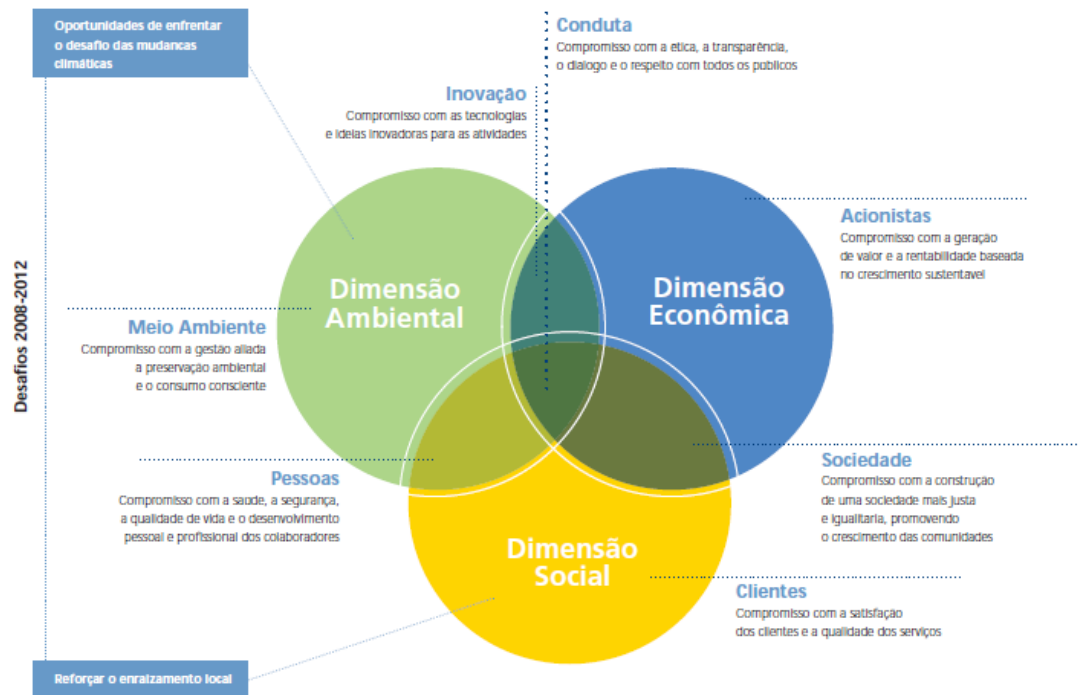
É importante ressaltar que a política está alinhada aos princípios do *Triple Bottom Line*, proposto por Elkington e discutido amplamente por Barbieri e Cajazeira (2009) no referencial teórico deste trabalho, cuja representação gráfica ilustra as três dimensões (econômica, social e ambiental) através de interseções entre círculos, modelo que se tornou bastante conhecido no ambiente corporativo.

Essa concepção se permeia nos Sete Compromissos para um Desenvolvimento Sustentável, os quais são descritos abaixo e ilustrados na figura 7, que foram implementados em 2003, como base da Política de Sustentabilidade, visando a assumir de forma voluntária pela Endesa o seu compromisso com clientes, acionistas, pessoas, sociedade, conduta, inovação e meio ambiente.

- a) Compromisso com a ética, a transparência, o diálogo e o respeito com todos os públicos;
- b) Compromisso com a geração de valor e a rentabilidade baseada no crescimento sustentável;
- c) Compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, promovendo o crescimento das comunidades;
- d) Compromisso com a satisfação dos clientes e a qualidade dos serviços;
- e) Compromisso com a saúde, a segurança, a qualidade de vida e o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores;
- f) Compromisso com a gestão aliada à preservação ambiental e ao consumo consciente; e
- g) Compromisso com as tecnologias e ideias inovadoras para as atividades.

Conforme a Coelce (2012a), com base em um amplo processo de consulta a públicos internos e externos à Endesa, foi constituído o plano estratégico de sustentabilidade para o período 2008 a 2012. Foram incluídos os desafios de lutar contra as mudanças climáticas e o reforço do enraizamento nos territórios e países em que opera, consideradas questões críticas para as quais a Endesa deve melhorar seu desempenho nos próximos anos visando à garantia do êxito duradouro da companhia.

Figura 7: Sete compromissos para um desenvolvimento sustentável



Fonte: Relatório de Sustentabilidade, Coelce (2012a).

Como experiência pessoal da autora deste trabalho, avalia-se que, no seu dia-a-dia, a Coelce atende às diretrizes da Política de Sustentabilidade Endesa buscando constantemente implantar ações de responsabilidade socioambiental, estabelecendo metas, alocando pessoas e designando departamentos responsáveis para a execução das estratégias sociais e ambientais da empresa.

Internamente, as ações vão desde a preocupação com a conduta e compromisso ético do funcionário e da empresa junto às suas partes interessadas, além da qualidade de vida do funcionário (academia dentro da empresa com preço acessível, estímulo ao esporte com caminhadas, passeios ciclísticos e aulas de dança, sessões de cinema, palestras orientativas, atividades em família, campanhas de doação para instituições sociais, entre outros) até a gestão ambiental interna das atividades da empresa (coleta seletiva do lixo, campanhas ambientais, gincanas ecológicas, entre outros).

Externamente, as ações socioambientais são diversas. De acordo com a observação pessoal da autora, a Coelce também busca desenvolver suas atividades socioambientais, como exemplos: atendimento às normas de agências reguladoras e certificações como a ISO 14001 (Sistema de Gestão Ambiental) e NBR ISO 9001 (Sistema de Gestão da Qualidade); além da execução e apoio a uma diversidade de projetos sociais que

beneficiam comunidades de baixo desenvolvimento socioeconômico em muitas cidades cearenses; realização de seminários e *workshops* voltados diretamente aos seus fornecedores para difundir boas práticas de Responsabilidade Social Corporativa, entre outras ações.

4.2.2 Programas de Responsabilidade Social

De acordo com a Coelce (2012a), os princípios de atuação e o desenvolvimento de todos os seus programas de Responsabilidade Social são alinhados aos compromissos para um desenvolvimento sustentável, assumidos pela empresa, na sua política de Sustentabilidade. Além do Programa Luz Solidária, objeto deste estudo que será apresentado detalhadamente no quarto capítulo, é importante ressaltar as suas demais iniciativas socioambientais, apresentadas a seguir:

- a) Programa Coelce de Desenvolvimento Social pela Energia Consumida – Ecoelce: programa que troca resíduos recicláveis por descontos na conta de energia e é considerado a principal referência dentre as ações de desenvolvimento sustentável promovidas pela Coelce. Segundo o Relatório Anual de Sustentabilidade da empresa, desde a sua implantação, em 2007, a iniciativa contou com mais de 311 mil clientes cadastrados, que receberam cerca de 1.198 mil reais em bônus na conta de energia, por meio da troca de 10.426 mil toneladas de resíduos no Ceará. Atualmente, o Ecoelce possui 55 postos de coleta, sendo 32 pontos fixos e 23 de coletas periódicas;
- b) Energia Social: valorização do artesanato local e contribuição com iniciativas de geração de renda para o desenvolvimento socioeconômico das comunidades cearenses, por meio de capacitação profissionalizante e fornecimento do material, visando à consolidação de uma rede de comércio solidário. Ao contribuir com a melhoria de vida da população, a Coelce também se beneficia, principalmente com a redução da inadimplência e de fraudes no sistema elétrico, além de estreitamento de relações com os clientes, capaz de facilitar o diálogo e a negociação em caso de ocorrências;
- c) Coelce nos Bairros: programa desenvolvido nas comunidades, de caráter educativo sobre o uso seguro da energia elétrica, bem como os cuidados com a rede elétrica para crianças e adolescentes; e econômico, por meio de

parcelamento de dívidas, regularização de serviços e apoio à obtenção de documentos oficiais;

- d) Coelce Voluntários: campanhas de arrecadação de alimentos e de apoio a entidades sem fins lucrativos com o intuito de estimular o espírito de solidariedade e trabalho em equipe dos colaboradores da companhia;
- e) Coelce Solidária: programa que envolve quatro linhas de ação: arrecadação de recursos por meio da conta de energia e repasse para instituições sociais sem fins lucrativos; doação de móveis e equipamentos, para auxiliar na manutenção de projetos sociais e apoio à busca de crianças desaparecidas, por meio da divulgação das imagens na conta de energia mensalmente;
- f) Rede Social Coelce: parceria com comunidades inadimplentes ou que usam a energia elétrica de forma irregular, por meio da formação de uma rede de lideranças comunitárias, tendo como eixos a relação com a energia elétrica, a geração de renda e o desenvolvimento sociocultural. Ademais, são promovidas rodadas de negociação das dívidas;
- g) Baú de Leitura: projeto existente desde 2005, em que a Coelce incentiva a leitura doando um baú com 300 livros infantis e infanto-juvenis para escolas do ensino público e entidades sociais, além de oferecer eventos de narração lúdica das histórias;
- h) Fundo para a Infância e Adolescência (FIA): Incentivo a projetos de educação, inclusão social e combate à violência, com o intermédio dos Conselhos Municipais e Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente, apoiados por meio de recursos oriundos de 1% do Imposto de Renda devido;
- i) Coelce Cultural: destinação de recursos, por meio de incentivos fiscais, para projetos de fomento à literatura, dança, audiovisual, música e patrimônio imaterial, que valorizam a cultura cearense. Parte dos recursos é oriunda de 2% do ICMS a recolher, repassados a projetos integrantes do Sistema Estadual da Cultura (SIEC) e do Fundo Estadual de Cultura (FEC), aprovados por meio de editais, pela Secretaria de Cultura do Ceará. A outra parte é destinada a projetos amparados pela Lei Rouanet, do Ministério da Cultura, com até 4% do Imposto de Renda a recolher;
- j) Incentivo ao Esporte: a empresa apoia projetos que fazem uso do esporte como instrumento de inserção social. Os recursos são advindos de até 4% do Imposto

de Renda a recolher, por meio da Lei de Incentivo ao Esporte, do Ministério do Esporte;

- k) Troca Eficiente e Escola Coelce Caminhos Eficientes: projetos que atuam em conjunto com o objetivo de promover a eficiência energética nos domicílios da população de baixa renda, por meio da troca de geladeiras e lâmpadas dos clientes, educando-os, inclusive, para o uso adequado da energia. Os itens recolhidos têm seu descarte ambientalmente correto;
- l) Universalização do Acesso e Luz para Todos: em 2008, todos os 184 municípios cearenses passaram a contar com redes de energia, em cumprimento das metas regulamentadas pelo Programa Universalização do Acesso e Luz para Todos, do governo federal. Já os prazos de conclusão do Programa Nacional de Eletrificação Rural (Luz para Todos) foram prorrogados até o encerramento de 2011, onde mais de 150 mil famílias no Estado do Ceará terão sido beneficiadas;
- m) Tarifa social Baixa Renda: segundo o Programa Tarifa Social Baixa Renda, do governo federal, a conta de energia de clientes residenciais e rurais pode sofrer uma redução de até 65% no valor da tarifa tradicional. Em 2011, a Coelce registrou 1,7 milhão de clientes beneficiários do subsídio, representando uma concessão acima de R\$ 310 milhões em descontos, criando uma condição mais acessível para o pagamento da conta.

4.2.3 Apoio a iniciativas externas

A Coelce (2012a) apoia, pratica e dissemina os princípios e práticas de iniciativas externas, promovidas por diversas instituições, cujas definições e metodologias são descritos no item 2.5.2 do presente trabalho, que aborda os Princípios Diretivos de Responsabilidade Social Corporativa por meio de Pactos e Compromissos Públicos, como a seguir:

- a) Pacto Global (Organização das Nações Unidas - ONU);
- b) Objetivos do Milênio (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD);
- c) Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção (Instituto Ethos, PNUD, Escritório das Nações Unidas contra Drogas e Crime (UNODC), Comitê Brasileiro do Pacto Global, entre outras entidades);

- d) Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (Instituto Ethos, Organização Internacional do Trabalho - OIT e ONG Repórter Brasil);
- e) Combate ao trabalho infantil com a inclusão de cláusula obrigatória na contratação de prestadores de serviços e fornecedores. Além disso, a empresa destina recursos para a Fundação Abrinq em defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente.

4.3 Estudo de caso sobre o Programa Luz Solidária

4.3.1 Programa de Eficiência Energética - PEE

Conforme disposto na Lei nº 9.991, de 24 de julho de 2000,

As empresas concessionárias e permissionárias do serviço público de distribuição de energia elétrica se obrigam a aplicar anualmente um percentual mínimo de 0,5% da receita operacional líquida em Programas de Eficiência Energética – PEE, segundo contrato de concessão firmado junto à Agência Nacional de Energia Elétrica – Aneel, órgão regulador pertencente ao Ministério de Minas e Energia do Brasil. (BRASIL, 2012).

Os critérios e outras providências para aplicação de recursos em PEE (Programas de Eficiência Energética) são estabelecidos pela Resolução Normativa nº 300, de 12 de fevereiro de 2008.

Segundo a Aneel (2008), o objetivo do PEE consiste no esforço educativo da sociedade a respeito da importância e da viabilidade econômica de hábitos racionais no uso da energia elétrica aliados a ações de combate ao desperdício e melhoria da eficiência energética de equipamentos, processos e usos finais de energia.

Como resultado, visa-se à maximização dos benefícios públicos da energia economizada e da demanda evitada no âmbito desses programas, fomentando, inclusive, o desenvolvimento de novas tecnologias no setor de energia elétrica brasileiro.

A Aneel (2008) ressalta que o PEE deve ser pautado em ações que tenham por objetivo o combate ao desperdício de energia elétrica, em observância das diretrizes estabelecidas no Manual para Elaboração do Programa de Eficiência Energética – MPEE.

4.3.2 Eficiência Energética promovida pela Coelce

Em cumprimento às disposições da Aneel (2008), a Coelce vem fomentando, ao longo dos anos, diversos projetos de eficiência energética, na sua área de concessão, com foco em ações educativas para a população consumidora e investimentos em equipamentos e instalações.

Conforme a Eficiência Energética Coelce (2012), as vertentes de atuação são segmentadas pelo atendimento a clientes residenciais e hospitais e prédios públicos.

4.3.2.1 Eficiência energética para clientes residenciais

Os projetos da Eficiência Energética Coelce (COELCE, 2012a), como Troca Eficiente e Escola Coelce Caminhos Eficientes promovem, de forma conjunta, a eficiência energética da população pertencente à classe residencial baixa renda, realizando a troca de geladeiras e lâmpadas dos clientes, que são descartados com a utilização de procedimentos ambientalmente corretos, executados por empresas especializadas.

Além disso, por meio dos projetos, os consumidores são instruídos com atividades educativas para o uso apropriado da energia.

Segundo a Eficiência Energética Coelce (COELCE, 2012a), uma geladeira nova pode consumir até 70% menos energia que um equipamento antigo, menos eficiente. Desde sua implantação, o projeto Troca Eficiente já beneficiou mais de 50 mil famílias baixa renda.

Visando ampliar seu escopo de atuação para, além da população baixa renda, beneficiar a classe residencial normal de clientes da empresa com ações de eficiência energética, foi criado o Programa Luz Solidária, objeto do presente estudo. Seu funcionamento detalhado é apresentado no item 4.3.4 (COELCE, 2012d).

4.3.2.2 Eficiência energética para hospitais e prédios públicos

A Eficiência Energética Coelce (COELCE, 2012a) também atua levando a redução no consumo de energia para hospitais e prédios públicos do estado do Ceará, por meio da substituição de lâmpadas e fios elétricos, melhoria da rede de energia e troca do sistema de ar condicionado.

Conforme o quadro 3, disponibilizado pelo Relatório de Sustentabilidade 2010 da empresa (COELCE, 2010), no período de 2007 a 2010, a iniciativas de eficiência energética

desenvolvidas totalizaram uma economia de energia na ordem de aproximadamente 77.123 MWh/ano, que equivale ao custo de R\$ 13.161 mil.

Quadro 3: Programas de Eficiência Energética da Coelce (2007-2010)

	2007	2008	2009	2010
Investimento (R\$ mil)	9.498	7.201	8.524	18.718
Número de refrigeradores substituídos	7.798	6.108	9.189	10.592
Número de lâmpadas substituídas	36.135	38.500	25.932	20.732
Energia economizada (MWh/ano)	9.184	12.991	16.822	38.126
Residencial	-	4.600	9.500	20.305
Residencial Baixa Renda	3.940	6.226	7.053	14.914
Poder público (prédios públicos, escolas, hospitais)	3.799	2.165	269	2.906
Redução da demanda no horário de ponta (MW)	2,40	2,70	2,97	6,74
Custo evitado com energia economizada (R\$ mil)	1.351	2.100	2.970	6.740

Fonte: Relatório de Sustentabilidade 2010 Coelce (COELCE, 2010, p. 100).

4.3.3 Luz Solidária: desenvolvimento de aspectos sociais, ambientais e econômicos

A classe consumidora residencial atendida pela Coelce é expressiva, contando com 75% do total de clientes, de acordo com dados da Coelce (2012a). Para beneficiar esses clientes, a concessionária iniciou em novembro de 2009 o Programa Luz Solidária – Incentivo ao Uso de Eletrodomésticos Eficientes, uma iniciativa do PEE da empresa, capaz de contribuir para a conservação do meio ambiente e melhoria das condições socioeconômicas de comunidades cearenses.

Por meio da troca de eletrodomésticos usados, com alto consumo de energia, por equipamentos novos e mais eficientes (geladeiras, *freezers* e aparelhos de ar condicionado), com selo Procel-Inmetro “Classe A” de economia de energia, os clientes residenciais da Coelce têm a oportunidade de contribuir com o desenvolvimento socioeconômico de comunidades localizadas em diversos municípios do Estado. (COELCE, 2012d).

A Coelce incentiva a troca eficiente por meio da concessão de descontos na compra de novos itens, onde parte do desconto, previamente definida pelo Programa Luz Solidária, deve ser doada pelo cliente para um projeto social de sua escolha, participante de uma rede de desenvolvimento social criada pela Coelce e, em sua maioria, com foco em geração de renda e educação socioambiental (COELCE, 2012d).

O objetivo é promover a inclusão social por meio da qualificação profissional, organização comunitária e consciência ambiental, tendo como pilares as práticas do cooperativismo.

Além de estimular seus clientes para o exercício da cidadania, a Coelce também incentiva seus colaboradores. Cada projeto do Luz Solidária é apadrinhado por um funcionário da empresa, que acompanha o desenvolvimento das ações e mantém relacionamento com a comunidade, como forma de incentivo ao voluntariado corporativo (COELCE, 2012d).

De acordo com a Coelce (2012a), os eletrodomésticos antigos, recebidos pelas lojas participantes, têm seus componentes descartados corretamente por uma empresa licenciada, responsável pela logística reversa, em conformidade com as normas definidas pelo Ministério do Meio Ambiente.

De acordo com Coelce (2012d), o Programa Luz Solidária tem objetivos que constituem diversos benefícios à sociedade cearense, que são:

- a) eficiência energética pela redução do consumo de energia elétrica que ocorre com a troca do eletrodoméstico ineficiente por um eficiente;
- b) geração de renda pela execução de projetos sociais, cujos recursos são arrecadados a partir das doações de clientes que optam comprar eletrodomésticos durante os ciclos do Programa nas lojas participantes;
- c) envolvimento dos clientes da Coelce com a melhoria da realidade vivida por comunidades com elevados índices de vulnerabilidade socioeconômica;
- d) preservação ambiental pelo descarte correto dos resíduos dos eletrodomésticos entregues após a compra dos eletrodomésticos novos;
- e) conscientização da sociedade para o uso eficiente de energia.

A atuação do programa, segundo a Coelce (2012a), reflete de forma clara o conceito de desenvolvimento sustentável, promovido por sua Política de Sustentabilidade, através do desenvolvimento de ações nas frentes social, ambiental e econômica.

4.3.4 Funcionamento do Programa

O processo do Luz Solidária inicia quando o cliente se direciona a uma das lojas varejistas credenciadas durante o período vigente da campanha do programa, onde escolhe o

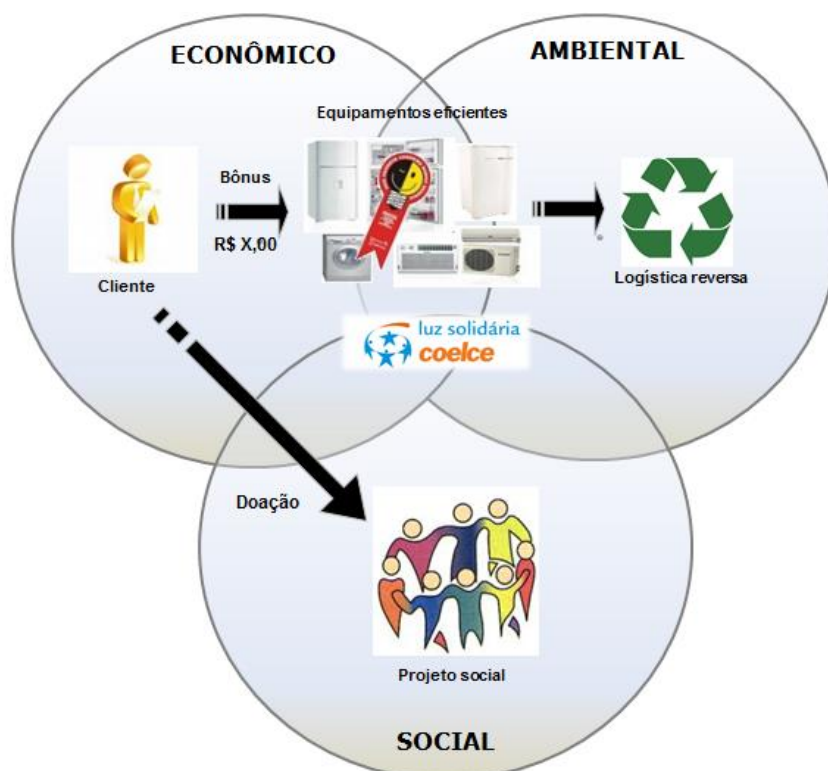
equipamento e assina um contrato de adesão ao programa, em que se compromete a beneficiar um projeto social escolhido por ele, por meio da doação de um valor determinado, conforme estabelecido no contrato. A contribuição é processada com a emissão de um boleto bancário em nome da entidade executora do projeto social (COELCE, 2012d).

A doação permite que o cliente ganhe o bônus concedido pela Coelce, no valor correspondente ao produto de sua preferência, por meio da troca de um eletrodoméstico velho por um novo equivalente, com selo Procel-Inmetro Classe “A”. O bônus é abatido do valor total do eletrodoméstico, conforme tabela padrão de descontos do programa.

Ainda de acordo com Coelce (2012d), clientes Coelce que pertencem à classe residencial baixa renda ou cadastrados no Ecoelce, programa da companhia que troca de resíduos recicláveis por descontos na conta de energia, recebem um desconto adicional na compra do eletrodoméstico. Caso se enquadrem dentro dos dois critérios, recebem um desconto ainda maior.

O Luz Solidária conta atualmente com a parceria das redes de varejistas especializadas em eletrodomésticos, Macavi e Liliane, que executam a ação de divulgação e comercialização dos produtos com os descontos (COELCE, 2012d).

Figura 8: Funcionamento do programa dentro das dimensões da sustentabilidade segundo o *Triple Bottom Line*



Segundo Coelce (2012d), as instituições sociais participantes se engajam ao processo de captação de recursos, com a ajuda de voluntários, desde o início da campanha de vendas nas lojas varejistas. O movimento é realizado tanto na capital, como no interior do estado, nas lojas varejistas, com o intuito de apresentar o projeto social da entidade que será desenvolvido e sensibilizar os clientes a contribuir.

A divulgação, controle e monitoramento dos produtos a serem adquiridos são realizados, na própria loja, através de um portal via web, onde o cliente pode escolher o eletrodoméstico desejado, verificar o valor do bônus concedido e optar pelo projeto social participante do Luz Solidária que contribuirá (COELCE, 2012d).

Figura 9: Portal via web que possibilita a escolha do projeto social pelo cliente durante o processo de compra do eletrodoméstico

Fonte: Relatório de gestão e atividades do Programa Luz Solidária (COELCE, 2012d).

4.3.5 Processo de descarte dos aparelhos eletrodomésticos

De acordo com a Coelce (2012d), por meio do Luz Solidária, o processo de descarte dos resíduos sólidos dos eletrodomésticos antigos recolhidos assegura que nenhuma

de suas partes retornará ao mercado de consumo em sua forma atual, pois são direcionadas aos processos de reciclagem e não são recondicionadas.

A empresa garante que atividades para o manuseio e descarte destes resíduos sólidos, produzidos por meio do Programa Luz Solidária, atendem à norma ISO 14000 e às determinações do Ministério do Meio Ambiente (COELCE, 2012d).

O processo de descarte é iniciado logo após a troca dos aparelhos antigos pelos novos, cuja responsabilidade pela logística reversa pertence ao varejista. Na sequência, os eletrodomésticos antigos são transportados para um centro de tratamento, onde são processadas todas as etapas do descarte.

As etapas de descarte desses equipamentos são descritas no Relatório de Gestão e Atividades do Programa Luz Solidária (COELCE, 2012d), conforme a seguir:

- a) primeira etapa: consiste no recolhimento do fluido refrigerante, que é processado através de válvulas perfuradoras que impedem a fuga de gases para a atmosfera, acondicionando-os em cilindros específicos para este fim. Em seguida, é encaminhado para reciclagem em uma empresa especializada e credenciada pelo Ministério do Meio Ambiente, visando atender a todos os seus requisitos.
- b) segunda etapa: é realizada a retirada do compressor e óleo. Primeiramente, o óleo é coletado em recipientes, por meio da pressurização pelo tubo de serviço ou de sucção do compressor. Em seguida o compressor é inutilizado para que não haja possibilidade do seu retorno ao mercado e vendido diretamente para siderúrgicas.
- c) terceira e última etapa: o plástico, aço, alumínio, cobre e isolamentos térmicos são removidos e devidamente separados e encaminhados para a reciclagem ou para descarte final, quando não houver possibilidade de reuso. A figura 10 ilustra o processo.

Figura 10: Processo de descarte dos eletrodomésticos velhos



Fonte: Relatório de gestão e atividades do Programa Luz Solidária (COELCE, 2012d).

4.3.6 Projetos sociais fomentados

Em alinhamento com as diretrizes de sustentabilidade da Coelce (2012a), os projetos sociais apoiados pelo Luz Solidária são desenvolvidos em diversas áreas de atuação, sempre obedecendo o escopo de capacitação profissional para comunidades com baixo desenvolvimento socioeconômico com o objetivo de implantar estruturas produtivas para a geração de emprego e renda. Cada projeto deve contemplar, sobretudo, custos com a compra de máquinas, equipamentos e recursos humanos para capacitação.

Conforme discutido anteriormente neste trabalho no item 2.6, que trata de desenvolvimento de projetos sociais e empreendedorismo social, Melo Neto e Brennan (2004) estabelecem algumas etapas-chave para o processo de definição do foco de projetos sociais, como definição do tema principal (educação, saúde, habitação, segurança, emprego etc.), escolha dos segmentos populacionais e qualificação das ações.

É possível visualizar que, segundo informações da Coelce (2012d), as etapas-chave são cumpridas. Os projetos são elaborados por instituições sociais, com o apoio e engajamento de lideranças locais, levando em conta as necessidades de capacitação profissional dos indivíduos que participam do projeto e o potencial produtivo da comunidade, considerando localização geográfica, recursos naturais, aspectos mercadológicos e a capacidade de absorção da mão-de-obra capacitada ou da produção pelo mercado visando à geração da renda.

O quantitativo de beneficiários dos projetos foi mensurado considerando o benefício direto ao indivíduo que participa do projeto. Contudo, é importante ressaltar que o objetivo dos projetos consiste na geração de renda familiar, estendendo-se o benefício aos membros da família, que, neste caso, compõem o quantitativo de beneficiários indiretos.

Conforme a tabela 1, depreende-se que, em sua maioria, os projetos capacitam as comunidades beneficiadas para desenvolverem atividades produtivas das seguintes naturezas: Artesanato, vestuário e decoração (32%), Reciclagem e preservação ambiental (21%) e Alimentação (14%). Juntos, estes compõem quase 70% do total de projetos, com 1.688 beneficiários diretos.

Os demais projetos possuem naturezas diversas, de acordo com Coelce (2012d), alguns deles alcançam uma quantidade significativa de beneficiários diretos mesmo que em menor proporção de quantidade de projetos. São eles os de Inclusão Digital e Agricultura/Agropecuária familiar com 7% e 11% respectivamente.

Tabela 1: Projetos fomentados e beneficiários diretos por natureza da atividade

Natureza	Projetos		Beneficiários diretos	
	Quantidade	% do Total	Quantidade	% do Total
Agricultura/Agropecuária familiar	5	9%	184	7%
Alimentação	8	14%	488	18%
Artesanato, vestuário e decoração	18	32%	878	32%
Artigos esportivos	1	2%	30	1%
Construção minimalista	1	2%	15	1%
Eletrotécnica	2	4%	80	3%
Embelezamento pessoal	3	5%	120	4%
Higiene	2	4%	50	2%
Inclusão digital	2	4%	312	11%
Medicamentos	1	2%	16	1%
Móveis adaptados para deficientes neuromotores	1	2%	224	8%
Reciclagem e preservação ambiental	12	21%	322	12%
TOTAL	56	100%	2719	100%

Fonte: Elaborado pela autora por dados secundários (COELCE, 2012d).

Em complemento, quanto à tipologia, de acordo com a tabela 2, em maior quantidade encontram-se projetos de fomento às seguintes atividades: Corte, costura e serigrafia (20%), Reaproveitamento de resíduos como insumo para produtos ecológicos (16%), e Padarias comunitárias (9%), representando quase 50% do total de projetos.

É possível deduzir que a escolha de negócios sociais com essa tipologia seja devido à menor complexidade de implementação nas comunidades, maior interesse e aptidão dos beneficiários nessas áreas e facilidade de inserção de profissionais no mercado com formação nos referidos cursos. Principalmente para corte, costura e serigrafia, atividades relacionadas ao setor de moda, que possui grande representatividade no estado do Ceará em relação à absorção de mão-de-obra qualificada.

Tabela 2: Projetos fomentados e beneficiários diretos por tipologia da atividade

Tipologia	Projetos		Beneficiados diretos	
	Quantidade	% do Total	Quantidade	% do Total
Agricultura familiar e Manejo sustentável na Caatinga	1	2%	120	4%
Reaproveitamento de Frutas e Hortaliças para produção de novos alimentos	2	4%	210	8%
Artefatos em couro	3	5%	75	3%
Artesanato em palha	1	2%	120	4%
Bordado e produtos cama, mesa e banho	3	5%	60	2%
Construção de maquetes	1	2%	15	1%
Corte, Costura e Serigrafia	11	20%	623	23%
Fábrica de bolas esportivas	1	2%	30	1%
Fábrica de Fraldas	2	4%	50	2%
Formação de eletricitistas comunitários	1	2%	20	1%

Formação em soldagem	1	2%	60	2%
Horta comunitária com sistema de irrigação por energia solar	1	2%	24	1%
Informática	2	4%	312	11%
Marcenaria comunitária ecologicamente correta	1	2%	20	1%
Medicamentos naturais	1	2%	16	1%
Melhoramento genético de aves nativas	1	2%	140	5%
Mobiliários em PVC para crianças com deficiências neuromotoras	1	2%	224	8%
Padaria comunitária	5	9%	138	5%
Piscicultura familiar	1	2%	20	1%
Plantio de árvores	1	2%	20	1%
Produção Agroecológica Integrada Sustentável	1	2%	5	0%
Produção de leite e derivados	1	2%	15	1%
Reaproveitamento de resíduos como insumo para produtos ecológicos	9	16%	248	9%
Salão de beleza	3	5%	120	4%
Sistema de Esgotamento Sanitário Biológico	1	2%	34	1%
TOTAL	56	46%	2719	37%

Fonte: Elaborado pela autora por dados secundários (COELCE, 2012d).

De acordo com a divisão da Coelce por área de manutenção de atividades da distribuidora no estado do Ceará, uma parcela significativa dos projetos sociais e pessoas beneficiadas pertence à Fortaleza e municípios da região Metropolitana, como mostra a tabela

3. Essa parcela representa mais de 65% do total de projetos e 70% do total de beneficiários diretos do escopo de atuação social do Programa Luz Solidária (COELCE, 2012d).

Tabela 3 – Abrangência dos projetos no Ceará por área de manutenção da Coelce e municípios

Área de Manutenção	Município	Projetos		Beneficiários diretos	
		Quantidade	% do Total	Quantidade	% do Total
Atlântico	General Sampaio	1	1,72%	120	4,41%
	Irauçuba	1	1,72%	23	0,85%
	Marco	1	1,72%	48	1,77%
	Tejuçuoca	3	5,17%	75	2,76%
Total	4 municípios	6	10,34%	266	9,78%
Centro Norte	Quixadá	1	1,72%	70	2,57%
	Quixeramobim	1	1,72%	24	0,88%
Total	2 municípios	2	3,45%	94	3,46%
Leste	Itaiçaba	1	1,72%	150	5,52%
	Jaguaribara	1	1,72%	30	1,10%
Total	2 municípios	2	3,45%	180	6,62%
Metropolitana	Baturité	2	3,45%	136	5,00%
	Caucaia	3	5,17%	183	6,73%
	Fortaleza	27	46,55%	1381	50,79%
	Maracanaú	2	3,45%	70	2,57%
	Maranguape	1	1,72%	25	0,92%
	Pacajus	1	1,72%	20	0,74%
	Pacoti	2	3,45%	94	3,46%
Total	7 municípios	38	65,52%	1909	70,21%
Norte	Sobral	3	5,17%	90	3,31%
	Massapê	1	1,72%	40	1,47%
	Meruoca	1	1,72%	40	1,47%
Total	3 municípios	5	8,62%	170	6,25%
Sul	Brejo Santo	2	3,45%	50	1,84%
	Crato	1	1,72%	15	0,55%
	Juazeiro do Norte	2	3,45%	35	1,29%
Total	3 municípios	5	8,62%	100	3,68%
Total Geral	23 municípios	58	100,00%	2719	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora por dados secundários (COELCE, 2012d).

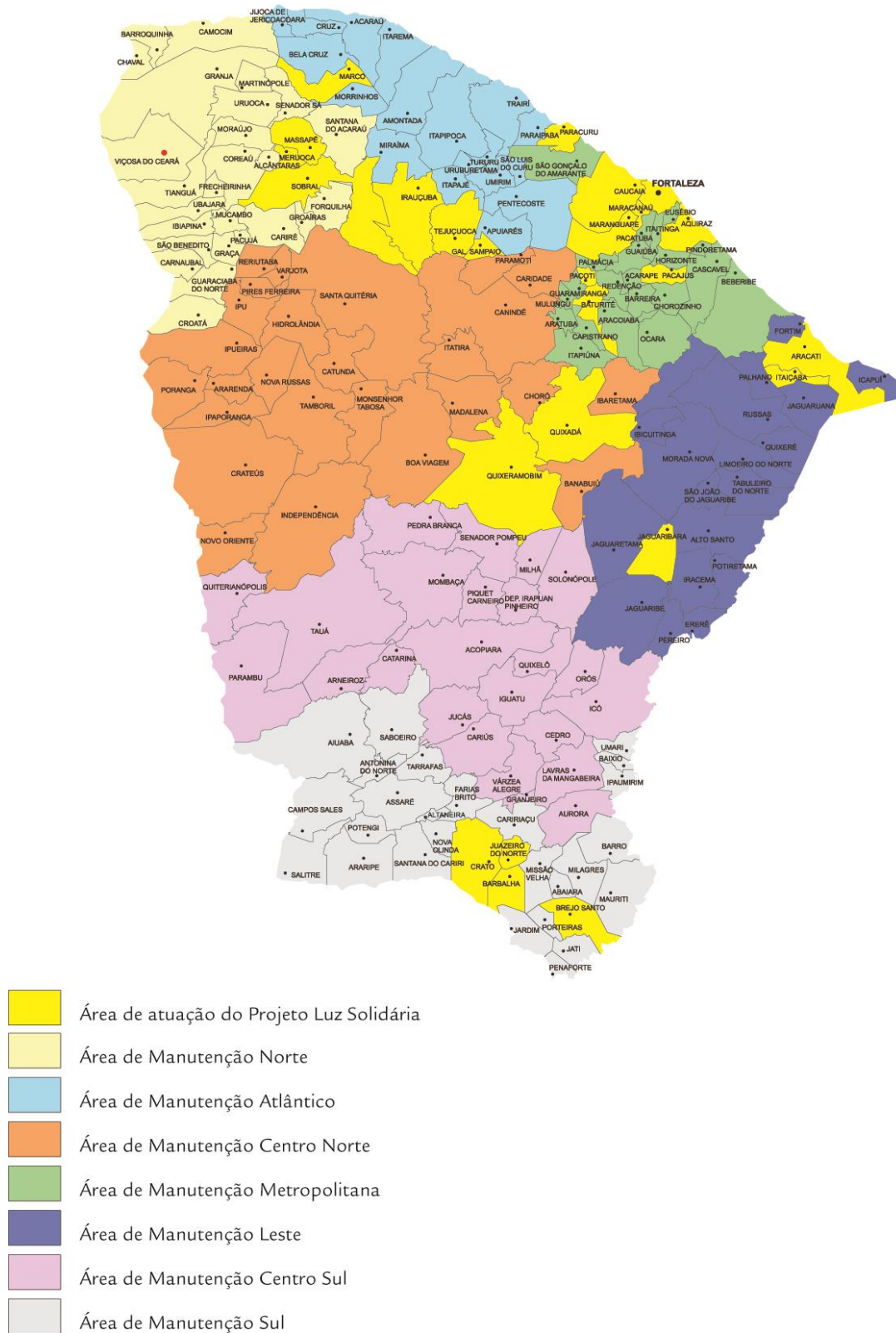
A região do Atlântico, com os municípios de General Sampaio, Irauçuba, Marco e Tejuçuoca encontra-se em segundo lugar, com cerca de 10% dos projetos, e a região Sul (Brejo Santo, Crato e Juazeiro do Norte) e Norte (Sobral, Massapê e Meruoca), ambas em terceiro lugar com 8%. As demais regiões apresentam proporções equivalentes.

Em contraste, informações do Ipece (2010c), Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará, em uma mensuração do nível de pobreza dos municípios cearenses a partir do Índice de Desenvolvimento Familiar (IDF), apontam que 5 dos 10 municípios cearenses com melhor IDF fazem parte da Região Metropolitana de Fortaleza, enquanto os 10 municípios com pior IDF pertencem ao interior do estado.

A partir dessa análise, é possível deduzir que o maior montante de investimento social foi destinado a projetos de municípios que são mais desenvolvidos socioeconomicamente. Por outro lado, é pertinente mencionar que existe também uma carência nos municípios do interior do estado de instituições sociais estruturadas para a captação de recursos e execução de projetos que gerem resultados efetivos para as comunidades, em parte devido à necessidade primária de investimentos estruturais e de grande porte dos governos em saúde, educação, alimentação, saneamento básico, entre outros.

A Figura 11 ilustra a abrangência dos projetos beneficiados pelo Luz Solidária no estado do Ceará, destacados por área de manutenção da distribuidora.

Figura 11 – Áreas de atuação do Programa Luz Solidária, de acordo com as áreas de manutenção da Coelce



Fonte: Relatório de gestão e atividades do Programa Luz Solidária (COELCE, 2012d).

Conclui-se que o apoio ao desenvolvimento dos projetos sociais de geração de renda por meio do Programa Luz Solidária consiste em uma ação que se adéqua ao conceito do “viés do empreendedorismo social”, discutido por Melo Neto e Froes (2002), discutido no referencial teórico neste trabalho, devido às suas características de: geração de valor nas dimensões econômica, ambiental, social, política e cultural; contribuição para o autodesenvolvimento das comunidades; fazer com que a população e, sobretudo, as gerações futuras possam gerar as condições econômicas, materiais e institucionais para o seu próprio sustento; e desenvolvimento das potencialidades da comunidade.

4.3.7 Principais resultados do Programa Luz Solidária Coelce

Ressaltando-se o propósito sustentável do Programa Luz Solidária, a geração dos resultados mais significativos decorrentes dele podem ser analisados segundo a perspectiva do modelo *Triple Bottom Line*, elaborado por Elkington (1997 *apud* Henriques e Richardson, 2004) e debatido por Barbieri e Cajazeira (2009) e Savitz (2006), com a abordagem nas dimensões social, ambiental e econômica.

Como um programa de Responsabilidade Social Corporativa da empresa, o Luz Solidária cumpre o compromisso com uma sociedade mais justa e igualitária promovendo o crescimento das comunidades. Ademais, é importante ressaltar que diversos projetos sociais comunitários apoiados por este programa têm escopo ambiental, que consistem principalmente em educação ambiental e reaproveitamento de resíduos sólidos para a manufatura de produtos e conversão em renda.

4.3.7.1 Resultados Sociais

Como resultados sociais, de acordo com Coelce (2012d), o Luz Solidária, em seu primeiro ciclo (2009/2010), contemplou 23 projetos sociais, localizados em 15 municípios do estado do Ceará e atendendo diretamente 1.100 famílias em situação de vulnerabilidade social, por meio de projetos de capacitação profissional e geração de renda. Já no segundo ciclo (2010/2011), o benefício foi estendido a mais 1.549 famílias, por meio da execução de 32 projetos em 18 municípios cearenses. Os números totalizam 2.649 famílias e 55 projetos, viabilizados através das doações que somaram R\$ 2,11 milhões em investimento social.

Além das comunidades carentes, a Coelce propõe a consciência social e o engajamento dos clientes residenciais da organização. As campanhas de divulgação dos dois

ciclos do Programa Luz Solidária resultaram na participação de 12.466 clientes que compraram eletrodomésticos eficientes na rede de lojas varejistas e contribuíram com doações para os projetos sociais (COELCE, 2012d).

4.3.7.2 Resultados Ambientais

Os resultados ambientais gerados pelo Luz Solidária consistiram na troca eficiente de 5.101 equipamentos domésticos no primeiro ciclo e 7.365 no segundo, totalizando 12.466 trocas. Por conseguinte, o consumo de energia elétrica nas residências, segundo dados do Programa de Eficiência Energética da Coelce, sofreu uma redução total de cerca de 6.986,07 MWh (megawatt hora) por ano (COELCE, 2012d).

Considerando que, segundo o Grupo EDP (2012), a média de consumo anual de energia elétrica de um brasileiro é de 1.760 kWh (kilowatt hora) por ano, a redução promovida pelo Luz Solidária foi equivalente ao consumo considerável de aproximadamente 3.970 brasileiros durante 12 meses.

Além dessa economia energética, a demanda por energia no horário de ponta diminuiu 2.864,37 kW, que representa o período crítico entre 17h30 e 20h30, quando existe maior consumo de energia elétrica e que também possui um valor mais alto na cobrança da tarifa de energia, conforme relatório do Programa Luz Solidária (COELCE, 2012d).

4.3.7.3 Resultados Econômicos

A Coelce (2012a) acrescenta que os resultados econômicos consistem no benefício de cerca de R\$ 5,5 milhões em descontos (R\$ 2 milhões no primeiro ciclo do programa e R\$ 3,5 milhões no segundo) para os 12.466 clientes que participaram das campanhas do Luz Solidária e realizaram a troca eficiente de seus eletrodomésticos. O benefício econômico se estende para o gasto mensal domiciliar, que sofre uma redução no valor da conta de energia elétrica para o consumidor.

Como *stakeholders* da Coelce no programa, a parceria com as varejistas Liliane e Macavi também gerou resultados econômicos, promovidos pela venda de milhares de produtos durante um curto período de tempo vigente da campanha de vendas nas lojas, não excedendo quatro meses. No primeiro ciclo, de acordo com Coelce (2012d), o Programa Luz Solidária (2012) atuou nas 50 lojas da varejista Macavi, alcançando 42 municípios cearenses. Já o segundo ciclo foi ampliado com a parceria das 7 lojas Liliane, que juntamente com 54 lojas Macavi, abrangeu 61 lojas estendendo o programa para 47 municípios do estado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Notoriamente, entende-se que a empresa que dedica tempo, recursos humanos, recursos financeiros e outros esforços para iniciativas que beneficiem a sociedade e o meio ambiente, seja por pressões mercadológicas, de órgãos reguladores, da sociedade ou até como estratégia de gestão na busca da maximização dos lucros, tem maiores chances de se diferenciar no ambiente competitivo que o mercado contemporâneo abriga.

Conclui-se da visão geral do conjunto de autores estudados neste trabalho, que defendem a responsabilidade socioambiental corporativa e o desenvolvimento sustentável, que essa corporação está nada mais do que devolvendo à natureza e aos seres que nela vivem os benefícios obtidos em função do exercício das suas atividades que são inerentes ao negócio.

Diante do problema apresentado para este estudo, consideram-se obtidos os objetivos geral e específicos propostos, pois:

- a) Foi investigado se, como um programa de Responsabilidade Social Corporativa, o Luz Solidária alinha-se ao conceito de sustentabilidade ao ser analisado sob as perspectivas econômica, social e ambiental propostas pela abordagem *Triple Bottom Line*.
- b) Foram analisados e discutidos conceitos, teorias e modelos sobre a Responsabilidade Social Corporativa;
- c) Descreveu-se a operacionalização do Programa Luz Solidária;
- d) Foram analisados os resultados ambientais do Programa Luz Solidária;
- e) Foram analisados os resultados sociais do Programa Luz Solidária; e
- f) Foram analisados os resultados econômicos do Programa Luz Solidária.

Conclui-se deste trabalho que os conceitos de sustentabilidade aqui apresentados e discutidos se aplicam ao objeto de estudo, o Programa Luz Solidária da Coelce, por se tratar de uma iniciativa de Responsabilidade Social Corporativa que, por meio da sua estrutura e objetivos, visa atender as dimensões social, ambiental e econômica, conforme o *Triple Bottom Line*.

Ressalta-se que o alinhamento da Coelce aos princípios da teoria do *Triple Bottom Line* parte, primordialmente, da Política de Sustentabilidade do grupo Endesa, que, conforme ilustração na seção 4.2.1 deste estudo, contempla a interseção entre as dimensões social,

ambiental e econômica que criam uma base sustentável aos Sete Compromissos para um Desenvolvimento Sustentável, que orientam os objetivos estratégicos e os negócios das empresas do grupo, dentre as quais a Coelce é integrante.

Sinteticamente, os resultados alcançados, dentre outros, que beneficiaram a empresa e seus *stakeholders* foram: o atingimento das metas da companhia de redução no consumo de energia pelos seus consumidores, diminuindo inclusive o fornecimento em horário de ponta; beneficiou as lojas varejistas com a venda rápida de uma grande quantidade de equipamentos; favoreceu os clientes, que trocaram equipamentos que reduziram o consumo da sua energia doméstica, promoveu o engajamento dos clientes com comunidades carentes e, dentre outros resultados, impactou diversas famílias com capacitação, trabalho e renda, contribuindo com o desenvolvimento social e econômico do Ceará.

Um modelo de engajamento na atuação de Responsabilidade Social requer que os gestores definam os elementos básicos da RSE, compreendendo as questões que envolvam responsabilidade social, identificando os agentes sociais com os quais a empresa tem responsabilidade, relações ou dependência e especificando a filosofia de resposta para as questões. (CARROLL, 1999 *apud* BORGER, 2001, p.64).

Os resultados sociais observados em dois ciclos do programa expressam que a dimensão social do *Triple Bottom Line* é representada pelo impacto direto em 2.649 famílias que vivem em situação de baixo desenvolvimento socioeconômico com a execução de 55 projetos sociais em 23 municípios cearenses, levando-se em consideração a realidade local de cada comunidade e as necessidades de capacitação profissional com o intuito de fomentar a geração emprego de renda, o potencial produtivo e o empreendedorismo social, o que ajuda a movimentar a economia. Soma-se aos resultados sociais o engajamento dos funcionários da companhia que tiveram a oportunidade de realizar trabalhos sociais como padrinhos dos projetos, ganhando a empresa com o fortalecimento do seu programa de voluntariado interno.

Em contraponto, vale considerar como pontos de melhoria do programa a escolha da companhia pelos municípios beneficiados com os projetos sociais, pois, conforme discutido anteriormente neste estudo, o maior volume de investimento social foi destinado a municípios da Região Metropolitana de Fortaleza, que estão entre os melhores no Índice de Desenvolvimento Familiar (IDF) apurado pelo Ipece (2010c), enquanto os 10 municípios com pior desempenho no índice estão no interior do Ceará.

É importante ressaltar que o modelo do tripé da sustentabilidade mostra-se dinâmico e suas dimensões interagem entre si, assim como a social e a econômica. Com o investimento social, a Coelce busca promover a sustentabilidade financeira das comunidades

de forma que a renda gerada, além do bem-estar social e mais qualidade e vida, possibilite também o pagamento da fatura de energia elétrica reduzindo a inadimplência e conscientizando as comunidades sobre os furtos de energia, popularmente conhecidos como “gambiarras”, o que automaticamente garante a receita financeira da companhia. Os resultados econômicos estendem-se aos clientes participantes que, durante as campanhas do Luz solidária, receberam descontos no ato da compra de seus eletrodomésticos, os quais somaram mais de R\$ 5,5 milhões e possibilitaram ainda a redução nas despesas domésticas com consumo de energia elétrica.

O resultado ambiental mais expressivo consistiu eficiência energética de 6.986,07 MWh (megawatt hora) por ano, que equivale ao consumo anual de 3.970 brasileiros. Essa eficiência foi dada à troca de 12.466 equipamentos antigos por novos com selo máximo de economia de energia pelo Procel. Os eletrodomésticos antigos que, normalmente, teriam um descarte desconhecido e poderiam deixar lastros prejudiciais ao meio ambiente, foram destinados individualmente pela companhia ao descarte adequado, conforme descrito anteriormente neste trabalho, seguindo padrões da ISO 14000 e determinações do Ministério do Meio Ambiente, de forma a promover a logística reversa dos equipamentos em materiais para a reciclagem. Acrescenta-se aos resultados ambientais os projetos sociais beneficiados pelo Luz Solidária, dos quais 21% possuem em seu escopo questões ambientais como reciclagem e preservação ambiental.

É possível ponderar que os bons resultados advindos do Programa Luz Solidária fortalecem os ativos intangíveis da companhia, como a sua imagem perante o mercado e seus *stakeholders* em geral, o que secunda, na prática, a visão teórica de Barbieri e Cajazeira (2009) ao afirmar que a reputação representa uma questão-chave e relaciona-se com o conceito e capital social, além de estar fortemente vinculada à conduta da empresa nas três dimensões da sustentabilidade.

Conclui-se, por fim, que a ideia do Programa Luz Solidária, apresentada neste trabalho, é inovadora, pois contempla diversos agentes e variáveis de atuação combinados e interativos com as três dimensões da sustentabilidade e possui o desafio de prover a continuidade dos seus ciclos, ampliando os seus benefícios à sociedade cearense como um todo.

REFERÊNCIAS

- ABRADEE, Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica. **Prêmio Abradee**. Disponível em: <<http://www.abradee.com.br/abradee/atividades/premio-abradee>>. Acesso em 05 ago. 2012.
- ANEEL, Agência Nacional de Energia Elétrica. **Resolução Normativa nº 300, de 12 de fevereiro de 2008**. Estabelece critérios para aplicação de recursos em Programas de Eficiência Energética, e dá outras providências. Brasília, 2008.
- ANEEL, Agência Nacional de Energia Elétrica. **Resolução Normativa nº 407, de 27 de julho de 2010**. Estabelece as condições de aplicação da Tarifa Social de Energia Elétrica (TSEE) para as unidades consumidoras classificadas nas Subclasses: Residencial Baixa Renda, conforme determina a Lei nº 12.212, de 20 de janeiro de 2010. Disponível em: <<http://www.aneel.gov.br/cedoc/ren2010407.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2012.
- BRASIL. **Lei nº 9.991, de 24 de julho de 2000**. Dispõe sobre realização de investimentos em pesquisa e desenvolvimento e em eficiência energética por parte das empresas concessionárias, permissionárias e autorizadas do setor de energia elétrica, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19991.htm>. Acesso em: 10 nov. 2012.
- AFONSO, Cintia Maria. **Sustentabilidade: caminho ou utopia?** São Paulo: Annablume, 2006.
- ALMEIDA, F. **Os desafios da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios 2. Ed.** São Paulo: Saraiva, 2006.
- BARBIERI, Jose Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.
- BETINHO, Herbert José de Sousa. **Mensagem do Betinho (Balanço Social)**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=4&sid=32&tpl=printerview>>. Acesso em: 15 fev. 2012.
- BM&FBOVESPA, Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros. **Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE**. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE&idioma=pt-br>>. Acesso em: 15 fev. 2012.
- BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade Social: Efeitos da Ação Social na Dinâmica Empresarial**. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- BOWEN, H. R. **Social responsibilities of the businessman**. New York: Harper&Row, 1953.
- BRASIL. **Lei nº 9.991, de 24 de julho de 2000**. Dispõe sobre realização de investimentos

em pesquisa e desenvolvimento e em eficiência energética por parte das empresas concessionárias, permissionárias e autorizadas do setor de energia elétrica, e dá outras providências. Website do Planalto do Governo Brasileiro. Brasília, 24 de julho de 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19991.htm>. Acesso em: 10 nov.2012.

COELCE, Companhia Energética do Ceará. **Relatório Anual de Sustentabilidade 2010**. Fortaleza: Área de Responsabilidade Social Corporativa e Meio Ambiente, 2010.

COELCE, Companhia Energética do Ceará. **Relatório Anual de Sustentabilidade 2012**. Fortaleza: Área de Responsabilidade Social Corporativa e Meio Ambiente, 2012a.

COELCE, Companhia Energética do Ceará. **Website da Coelce**. Disponível em: <www.coelce.com.br>. Acesso em: 20 nov. 2012b.

COELCE, Companhia Energética do Ceará. **Hotsite de sustentabilidade da Coelce**. Disponível em: <www.coelcesites.com.br/sustentabilidade>. Acesso em: 20 nov. 2012c.

COELCE, Companhia Energética do Ceará. **Relatório Interno do Programa Luz Solidária Coelce**. Fortaleza, 2012d.

COMMITTEE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT. **Social responsibilities of business corporations**. New York, 1971.

DAFT, R. L. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

DUARTE, C.O.S.; TORRES, J. Q. R. **Responsabilidade social empresarial: dimensões históricas e conceituais**. In: RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: A CONTRIBUIÇÃO DAS UNIVERSIDADES, São Paulo: Peirópolis, 2005.

EDP, Grupo. **Curiosidades sobre a energia elétrica**. Disponível em: <http://www.edpbr.com.br/energia/pesquisadores_estudantes/energia_eletrica/curiosidades/curiosidades.asp>. Acesso em: 21 abr. 2012.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA COELCE, Programa de. **Tudo sobre o programa de eficiência energética**. Disponível em: <<http://www.peecoelce.com.br/v2/inicial>>. Acesso em: 21 abr. 2012.

FONTES, Miguel. **Marketing Social: novos paradigmas**. Rio de Janeiro: Elsevier; Brasília, DF: JSB, 2008.

GRAJEW, O. **Responsabilidade social deve ser levada a sério**. Valor Econômico, São Paulo, 3/9/2002, p. A-12.

GRI, Global Reporting Initiative. **The purpose of a sustainability report**. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/reporting/guidelines-online/G31Online/Pages/default.aspx>>. Acesso em: 24 abr. 2012.

GRUNINGER, B., OLIVEIRA, F. I. **Normas e Certificações: Padrões para**

Responsabilidade Social de Empresas. São Paulo: B&SD Ltda (Business and Social Development), 2002.

HENRIQUES Adrian; RICHARDSON, Julie. **The triple bottom line, does it all add up? : assessing the sustainability of business and CSR**. London: Earthscan, 2004.

IBASE, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. **Ibase – Ações históricas**. Disponível em: <<http://www.ibase.br/pt/2011/07/balanco-social/>>. Acesso em: 15 fev. 2012.

IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. **Pesquisa Ibope Ambiental 2011**. São Paulo, 2011.

IPECE, Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. **Ceará em números 2010**. Fortaleza, 2010a.

IPECE, Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. **Objetivos de Desenvolvimento do Milênio: Relatório do Estado do Ceará 2010**. Fortaleza, 2010b.

IPECE, Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. **Mensurando o nível de pobreza dos municípios cearenses a partir do índice de desenvolvimento familiar - IDF**. Fortaleza, 2010c.

INSTITUTO ETHOS. **Guia de compatibilidade de Ferramentas**. São Paulo, 2004.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp>. Acesso em: 19 abr. 2012a.

INSTITUTO ETHOS. **Rio+20, as empresas e o governo brasileiro**. Disponível em: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/6431/servicos_do_portal/noticias/itens/rio+20,_as_e_mpresas_e_o_governo_brasileiro.aspx>. Acesso em: 26 nov. 2012b.

INSTITUTO ETHOS. **Global Reporting Initiative**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=4206&Alias=ethos&Lang=pt-BR>>. Acesso em: 26 abr. 2012c.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 3ª Geração - Versão intermediária para aplicação piloto**. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/07/VersaoIntermediariaParaAplicacao-Piloto_FINAL.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2012d.

INMETRO, Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. **A norma nacional – ABNT NBR 16001**. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/norma_nacional.asp>. Acesso em: 10 fev. 2012a.

INMETRO, Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. **ISO 26000**. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 10 fev. 2012b.

JONES, T. M. **Corporate social responsibility revisited, redefined** (California

Management Review). California: Spring, 1980.

KPMG. **Pesquisa Emissão de Relatórios de Responsabilidade Corporativa 2011**. Rio de Janeiro, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica 7. Ed.** São Paulo: Atlas, 2010.

MACHADO FILHO, C. A. P., **Responsabilidade Social Corporativa e Criação de Valor para as Organizações: um estudo multicaseos**. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

MEDEIROS, Cleyber Nascimento de; PINHO NETO, Valdemar Rodrigues. **Textos para Discussão. N.97 – Os determinantes espaciais da extrema pobreza no estado do Ceará-2010**. Fortaleza: IPECE, 2011.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de; BRENNAND, Jorgiana Melo. **Empresas Socialmente Sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Agenda 21 Global**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>. Acesso em: 11 fev. 2012.

NASCIMENTO, L.F.; LEMOS, A.D.C.; MELLO, M.C.A. **Gestão socioambiental estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

NERI, M.C **Gerações de Políticas Sociais**. São Paulo: Valor Econômico, p. A-11, 30/10/2001.

OLIVEIRA, M. A. L. de. **SA 8000: o modelo ISO 9000 aplicado à responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Pacto Global**. Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/pactoGlobal.aspx>>. Acesso em: 08 jan. 2012a.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **A ONU e os direitos humanos**. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-e-os-direitos-humanos>>. Acesso em 11 fev. 2012b.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU) - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum 2**. Ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **Declaração da OIT sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho**. Disponível em:

<http://www.oit.org.br/sites/default/files/topic/oit/doc/declaracao_oit_547.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2012.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **8 Jeitos de mudar o mundo**. Disponível em: <<http://www.objetivosdomilenio.org.br/>>. Acesso em: 15 fev. 2012.

SAVITZ, Andrew W. **The triple bottom line: How today's best-run companies are achieving economic, social and environmental success – and how can you too**. San Francisco: Wiley Imprint, 2006.

SORATTO, Alexandre Nixon ; MORINI, A. A. ; ALMEIDA, M. A. S. ; KNABBEN, P. S.; VARVAKIS, G. **Sistemas da gestão da responsabilidade social: desafios para certificação NBR 16001**. Revista Gestão Industrial (Online), v. 2, p. 13-25, 2006.

RIO+20 chega ao fim recheada de elogios e críticas. **Notícias Terra**, São Paulo, 22 jun. 2012. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/ciencia/clima/rio20-chega-ao-fim-recheada-de-elogios-e-criticas,38490665632da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 26 nov. 2012.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI 3. Ed.** Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

ZADEK, S. **Responsabilidade social 1000 (AA 1000)**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2000.