

AS ORGANIZAÇÕES E A SOCIEDADE: A RELAÇÃO ENTRE A GOVERNANÇA CORPORATIVA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL.

Ana Paula Gonçalves¹
Crislaine Camili Lima Reinkavieski²
Juliana Stefanini Rodilha³
Solange Aparecida Devechi Ordones⁴

RESUMO

Com as mudanças ocorrendo no mundo e com a crescente globalização, o papel que as organizações possuem frente à sociedade está se modificando. A participação de empresas privadas faz-se necessária, para ajudar a promover um ambiente de trabalho mais saudável e também contribuir com a formação de cidadãos mais conscientes. A governança corporativa atua no sentido de auxiliar os departamentos de uma empresa a serem transparentes em relação aos seus negócios e a responsabilidade social surge para potencializar o desenvolvimento sustentável da organização. Portanto, o presente trabalho tem por objetivo verificar como as empresas exercem a governança corporativa e a responsabilidade social, levando em consideração as dificuldades e benefícios de tais práticas. A metodologia utilizada é exploratória, descritiva e analítica por meio de levantamento literário em material impresso e *online*, além de pesquisas realizadas nos *sites* das empresas Nestlé, Itaú e Natura. Os resultados apontam que as organizações que adotam a governança corporativa e que praticam a responsabilidade social são mais estruturadas, possuem maior transparência frente aos seus *stakeholders*, e maior valorização no mercado financeiro, gerando benefícios à empresa e à sociedade.

Palavras-chave: Organização. Sociedade. Governança Corporativa. Responsabilidade Social.

INTRODUÇÃO

Os conceitos e práticas da governança corporativa e responsabilidade social ganharam relevância e vantagem competitiva nos últimos anos e, portanto, as organizações devem ser conscientes quanto à responsabilidade que possuem frente aos seus *stakeholders*.

Segundo CAMILLO (2014, *web*):

¹ Graduada em Administração pelo Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM

² Graduada em Administração pelo Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM

³ Graduada em Administração pelo Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM

⁴ Docente do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM.

Para que uma empresa atraia investidores, e os mantenha, é necessário que sua situação no mercado seja visível por todos, sem a ocultação ou adulteração dos números, mesmo que estes estejam abaixo do esperado. Sem a transparência necessária, sua queda é ainda mais vertiginosa.

Dessa forma, a governança corporativa atua no sentido de auxiliar todos os departamentos de uma empresa a serem transparentes em relação aos seus negócios, criando um bom relacionamento que facilite a qualidade da gestão, uma vida longa e ótimos retornos financeiros à organização. Já a responsabilidade social surge para potencializar o desenvolvimento sustentável da organização através de respostas que englobem aspectos econômicos, sociais e ambientais.

O presente trabalho tem por objetivo verificar como as empresas exercem a governança corporativa e a responsabilidade social no seu âmbito, levando em consideração as dificuldades e benefícios de tais práticas. A metodologia utilizada é exploratória, descritiva e analítica por meio de levantamento literário que aborda a temática e pesquisa de campo nas empresas Nestlé, Itáú e Natura.

É fato, que novas formas de gestão empresarial consistem em compromissos das empresas sobre as demandas, do investidor, de retorno dos investimentos e dos consumidores de produtos com qualidade, preço e marca adequados. Nesse sentido, os segmentos participantes do mercado passaram a exigir responsabilidade das empresas em relação a seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, à comunidade onde atuam e ao meio ambiente.

1. GOVERNANÇA CORPORATIVA

Conforme Silva (2012, p. 27) a governança corporativa é um meio que tem por finalidade criar condições mais favoráveis no desempenho de uma empresa, fazendo com que os investidores, empregados e credores se sintam mais protegidos, tendo mais facilidade no acesso ao capital.

Na sequência, apresentam-se alguns conceitos que fazem parte da governança corporativa em uma empresa, segundo Silva (2012, p. 27-28):

Sistema de relações – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC): o conceito de governança corporativa é um conjunto de procedimentos que regem as regras da empresa. Geralmente são diretrizes estabelecidas por conselhos deliberativos, diretorias e sócios proprietários que tem como objetivos o cumprimento da missão, visão

e valores visionados por uma empresa, companhia ou entidade, garantindo a vida saudável da mesma.

Guardiã de direitos – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômicos (OCDE): consiste na execução das diretrizes e procedimentos pré-estabelecidos no conceito anterior, prevê a divisão ou distribuição das tarefas divididas entre os setores, todas controladas pelo administrativo tendo como base as premissas definidas entre as regras e procedimentos. A hierarquia é primordial para a tomada de decisões diante dos procedimentos.

A literatura aponta que a governança corporativa iniciou nos anos 50, mas ainda não era utilizado esse termo. Esta época foi marcada por conselhos inoperantes e a presença forte do acionista controlador. Na década de 90, a governança corporativa ficou mais conhecida. Nesses anos ela tem se firmado e está alcançando a sua maturidade. No Brasil, o termo governança não se tornou tão conhecida (Silva, 2012, p. 35).

Conforme Steinberg (2003) a governança corporativa tem como objetivos retomar e assegurar a confiança entre uma empresa, seus acionistas, e demais partes interessadas. Para isso a governança corporativa é baseada em alguns princípios básicos para orientar as empresas a praticar uma boa administração.

1.1 Mecanismos de governança corporativa

“Um sistema de governança é considerado eficiente quando existe uma combinação de diferentes mecanismos internos e externos com objetivo de assegurar tomada de decisões no melhor interesse e com uma visão de longo prazo dos acionistas”. (SILVA, 2012, p.30).

A seguir, alguns exemplos desses mecanismos, segundo Silva (2012, p.30):

- Mecanismos internos: estudo da base de remuneração dos colaboradores de acordo com a estrutura hierárquica, sempre visando as diretrizes da política de remuneração da companhia; participação ativa do sistema acionário e sua composição; autonomia ao sistema administrativo (austeridade e integridade); políticas sólidas executadas através de controles internos, políticas e normas; transparência sistemática da composição e apresentação dos resultados da empresa; plano estratégico e agenda das auditorias internas assegurando a execução dos procedimentos.

- Mecanismos externos: *share* (participação de mercado); estrutura de capital, investimentos internos, participação no capital aberto, captação de capitais externos; transparência nos controles (participação das fiscalizações externas) e proteção aos investidores.

De acordo com Silva (2012, p. 32) outra vertente para o modelo de governança com maior abrangência, tem como objetivo não somente o retorno financeiro decorrente do investimento ou de geração de riquezas para os investidores, como também e, principalmente, assegurar a solidez da empresa com maior participação de mercado, capacidade produtiva, produtos de qualidade, etc.

Os participantes desse processo são o público interno (colaboradores diretos e indiretos) e o público externo (parceiros/fornecedores, clientes/consumidores, sociedade, governos, meio ambiente, credores, etc.).

Basicamente, as diferenças entre as governanças se dá que a primeira é extremamente voltada ao retorno para os investidores e a segunda, além disso, visa solidez de mercado, ações sociais, dentre outros.

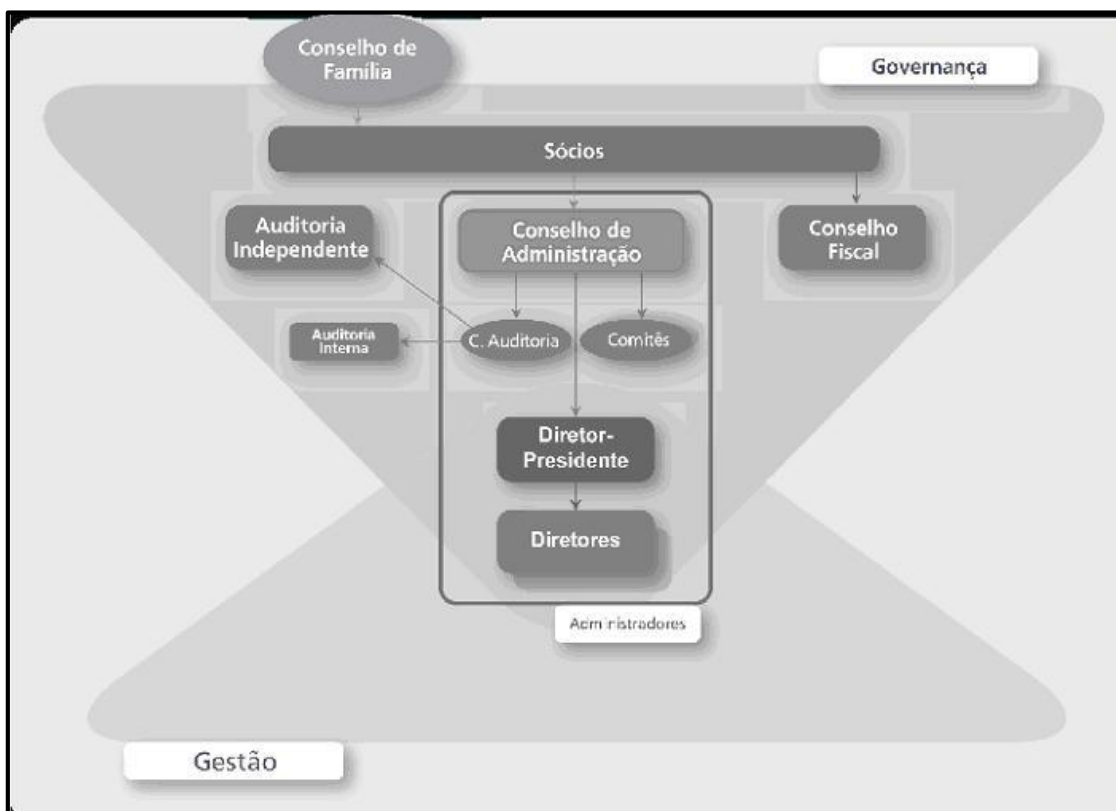
No Brasil, o modelo *multistakeholder* é o mais utilizado, pois visa a participação mista do governo e do setor privado e, sobretudo a sociedade civil. Como afirma BRASIL (2013, *web*) o modelo *multistakeholder* permite que a participação de todas as partes interessadas, como o governo, empresas, sociedades, entre outros, sejam levadas em consideração.

Por fim, a governança corporativa é uma ação com participação de todos, indispensável para a saúde de uma empresa, seja por modelos públicos ou privados, visando sempre os resultados para os proprietários, fornecedores/parceiros, clientes, sociedade, governos, etc.

1.2 Sistema de Governança Corporativa do IBGC

A Figura 1, a seguir, mostra como funciona o sistema de Governança Corporativa do IBGC e apresenta a estrutura de cada parte deste sistema:

Figura 1 - Sistema de Governança Corporativa do IBGC



Fonte: FILHO (2010, *web*).

Conforme o IBGC em seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (2009, *web*) essa estrutura está distribuída da seguinte maneira:

Conselho de Administração: é o órgão que se encarrega dos processos de decisão da organização para o seu direcionamento estratégico, é o principal do sistema de governança.

Conselho Fiscal: fiscaliza os atos dos administradores, dão opiniões sobre relatórios anuais da administração. Denunciam erros, fraudes, crimes que possam descobrir da administração. Sugere providências a serem tomadas.

Auditoria Independente: têm procedimentos técnicos que tem o objetivo emitir pareceres sobre a posição patrimonial e financeira, resultado de operações, mudanças do patrimônio líquido.

Comitês: são responsáveis pelas análises das atividades do Conselho de Administração.

Diretor-Presidente: organiza, orienta, fiscaliza, planeja o uso de recursos financeiros, defini estratégias, é responsável pela execução das diretrizes do conselho de administração.

Diretores: controlam todas as atividades de diversas áreas dentro da organização, utilizando como estratégias políticas de gestão dos recursos financeiros e administrativos, adequando todos os serviços.

2. A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O tema de responsabilidade social empresarial teve início em 1960, nos Estados Unidos, tendo por motivação a consciência dos segmentos da sociedade em relação à responsabilidade das empresas na preservação do meio ambiente e dos direitos dos consumidores, sendo estas questões compreendidas como de caráter social por estarem relacionadas a problemas da sociedade. Somente nos últimos anos, em função das transformações ocorridas na economia mundial, a noção de responsabilidade social empresarial passou a envolver um conjunto bem mais amplo de ações. (REIS; MEDEIROS, 2011, p.5).

No início as ações sociais eram chamadas de filantropias onde os empresários tinham o intuito de retribuir a sociedade parte dos ganhos que obtiveram de suas empresas. Já a responsabilidade social é um estágio mais avançado, pois buscou estimular o desenvolvimento do cidadão, com a ajuda de todos os que vivem em sociedade.

Segundo Neto e Froes (2004, p.27) “A filantropia objetiva contribuir para a sobrevivência de grupos sociais desfavorecidos. A responsabilidade social busca a sustentabilidade e a autossustentabilidade de grandes e pequenas comunidades”.

Com as demandas atuais da sociedade as empresas estão substituindo os conceitos clássicos de que apenas devem gerar lucros para os acionistas e começando a implantar, de forma estratégica, a responsabilidade social dividindo, deste modo, espaço com os interesses da comunidade, dos fornecedores, dos clientes e até mesmo dos funcionários, trazendo benefícios para todos os envolvidos.

2.1 A evolução de responsabilidade social nas empresas

Conforme Toldo (2002 p. 76-77) a responsabilidade social se destacou durante o julgamento de Henry Ford, dono, sócio e acionista da empresa *Motor Company* e de seu grupo de acionistas que eram contra suas ideias. Em 1916, Ford decidiu iniciar um projeto com objetivos sociais, onde não queria mais distribuir parte dos dividendos para

os seus acionistas, para assim investir na capacidade de produção, aumento de salários e em um fundo de reserva para diminuir a receita de sua empresa devido à redução de preços dos automóveis.

Na segunda Guerra Mundial, as empresas que respondiam apenas para os seus acionistas começaram a receber críticas. Pois os acionistas e os proprietários passivos que abdicavam do controle em prol dos diretores, poderiam assumir responsabilidades com os seus públicos.

Em meados dos anos 50 nos Estados Unidos e no final da década de 60 na Europa, o meio empresarial e acadêmico discutiam como era importante a responsabilidade social gerada pelas ações de seus dirigentes.

Nos anos 60, autores europeus apresentaram problemas sociais e possíveis soluções, e nos Estados Unidos as empresas se preocupavam com a questão ambiental e em divulgar as suas atividades no campo social.

A década de 70 inicia-se tentando entender como as empresas deveriam responder por suas obrigações sociais. A demonstração para a sociedade das ações empresariais torna-se extremamente importante para os negócios.

Sendo assim, a participação de vários autores na questão da responsabilidade social na década de 90, apresenta a discussão sobre os temas ética e moral nas empresas, que contribuiu para a definição do papel das organizações e a conceituação de responsabilidade social.

2.2 As diretrizes da responsabilidade social

A responsabilidade social empresarial conforme Rosemblum (2000, apud NETO; FROES, 2004, p.31) é “uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com acionistas, fornecedores e clientes”. Para cumprir estas ações, foram criadas sete diretrizes/princípios que as organizações devem seguir para ter uma boa política de responsabilidade social implantada. A seguir serão apresentadas as sete diretrizes da responsabilidade social:

1 – Accountability: de acordo com a norma ABNT NBR ISO 26000 (2010, *web*) este princípio aborda como a organização deve prestar contas e se responsabilizar pelos impactos que gera na sociedade, na economia e no meio ambiente.

2 – Transparência: segundo a norma da ABNT NBR ISO 26000 (2010, *web*): “convém que uma organização divulgue de forma clara, precisa e completa, e em grau razoável e suficiente, as políticas, decisões e atividades pelas quais é responsável, inclusive seus impactos conhecidos e prováveis na sociedade e no meio ambiente”.

3 – Comportamento ético: é de extrema importância que as organizações possuam um comportamento ético, baseado na honestidade, equidade e integridade, conforme a norma ABNT NBR ISO 26000 (2010, *web*). Para o Instituto ETHOS (*s.d., web*) “os **princípios éticos** devem compor a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social”.

4 – Respeito pelos interesses das partes interessadas: conforme o Instituto ETHOS (*s.d., web*): “A atuação cidadã e responsável da organização deve considerar o seu envolvimento e os impactos de suas atividades sobre todos aqueles com os quais ela se relaciona”.

5 – Respeito pelo estado de direito: é fundamental que as organizações estejam cientes das leis, normas e regulamentos aplicáveis as suas atividades. Segundo a norma ABNT NBR ISO 26000 (2010, *web*):

O estado de direito refere-se à supremacia da lei e, em especial, à ideia de que nenhum indivíduo ou organização está acima da lei e que o governo também está sujeito à lei. [...] No contexto da responsabilidade social, respeito pelo estado de direito significa que a organização obedece a todas as leis e regulamentos aplicáveis.

6 – Respeito pelas normas internacionais de comportamento: para a norma da ABNT NBR ISO 26000 (2010, *web*) é importante que as organizações se atentem as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que incorpora o princípio de estado de direito.

7 – Respeito pelos direitos humanos: de acordo com EON (2015, *web*) é necessário que a empresa reconheça “a importância e a universalidade dos direitos humanos, cuidando para que as atividades da organização não os agridam direta ou indiretamente, zelando pelo ambiente econômico, social e natural que requerem”.

2.3 Benefícios da responsabilidade social para as organizações

De acordo com Gomes (2004, p.46) no Brasil, diante das limitações da ação estatal, desenvolve-se e consolida-se uma política de desenvolvimento social que exige a participação de novos atores e não somente do Estado. Com isso, a exclusão social presente na estrutura da sociedade brasileira, nos últimos anos vem mobilizando as empresas privadas a tomarem iniciativas sociais fazendo com que os empresários passem a ter consciência de que os governos não podem atender sozinhos a toda a demanda de ações provenientes da sociedade.

Com isso, surge o conceito de Responsabilidade Social que conforme ZARPELON (2006, p. 15):

É a responsabilidade assumida diante da sociedade, em relação à geração de emprego, a pagamento de salários dignos, à arrecadação da carga tributária, ao aumento da qualidade de vida, à assimilação e transferência de tecnologia, ou a qualquer outro fator que possa agregar benefício para a gestão e para a sociedade.

Assim, é possível perceber, que a responsabilidade social traz vários benefícios para a empresa, funcionários e sociedade. Para a empresa o fortalecimento da lealdade, ajudando a atrair e manter bons funcionários, proporcionando motivação e confiança para a resolução dos problemas, incentiva a criatividade, a persistência o trabalho em grupo, agregando valor ao clima organizacional, promove a marca e imagem da empresa, favorece o reconhecimento e valorização dos consumidores, dentre outros aspectos (AZEVEDO, 2013, p.8-9).

3. PESQUISA APLICADA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa deu-se por meio do *site* das empresas Nestlé Brasil Ltda., Itaú Unibanco Holding S.A. e Natura Cosméticos S.A e com tópicos direcionados para o atendimento aos objetivos traçados na temática, governança corporativa.

3.1 Nestlé Brasil Ltda.

A história da Nestlé começa em 1866, quando os irmãos americanos George e Charles Page fundaram na Suíça, a *Anglo-Swiss Condensed Milk Company*, primeira

GONÇALVES, Ana Paula; REINKAVIESKI, Crislaine C. L.; RODILHA, Juliana S.; ORDONES, Solange A. D. AS ORGANIZAÇÕES E A SOCIEDADE: A RELAÇÃO ENTRE A GOVERNANÇA CORPORATIVA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL.

fábrica de leite condensado da Europa. Em 1867, com o objetivo de solucionar o problema da desnutrição infantil, Henry Nestlé fez experimentos que combinavam leite de vaca, farinha de trigo e açúcar que resultaram na criação da Farinha Láctea Nestlé, que foi lançada em Vevey na Suíça, marcando o início das atividades da companhia Nestlé no mundo. Em 1905 a empresa criada por ele se funde com a Anglo-Swiss para formar o que hoje é conhecido como Grupo Nestlé.

A Nestlé é a maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Está presente em 191 países e seus 328 mil colaboradores estão comprometidos com o propósito da Nestlé de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. A empresa oferece um amplo portfólio com mais de 2000 produtos e serviços para cada etapa de vida das pessoas e de seus animais de estimação.

A primeira fábrica da Nestlé, no Brasil, foi instalada em 1921, na cidade paulista de Araras, para a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça. Hoje, a atuação da Nestlé abrange 15 segmentos de mercado e possui 31 unidades industriais, localizadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo, e conta com mais de 20 mil colaboradores diretos, além de gerar outros 200 mil empregos indiretos, que colaboram na fabricação, comercialização e distribuição de mais de 1.000 itens.

Em 1988 a Nestlé chegou à cidade de Marília, comprando a empresa Ailiram. Desta forma, o Brasil é o principal mercado de biscoitos da empresa suíça, que atua nessa categoria em vários outros países na América Latina, Europa e Ásia.

3.2 Itaú Unibanco Holding S.A.

Ao decorrer da sua trajetória, o Itaú foi acompanhando e participando da evolução do país e das histórias de inúmeros funcionários e clientes e destaca, como sendo uma de suas maiores riquezas, as suas memórias.

A Casa Moreira Salles, fundada por João Moreira Salles em Poços de Caldas, em 27 de setembro de 1924, foi a primeira instituição que recebeu do governo federal a carta patente que lhe permitia funcionar como seção bancária, ou seja, correspondente de bancos importantes do estado.

Após vinte anos o industrial do ramo têxtil Alfredo Egydio de Souza Aranha e seu sócio, Aloysio Ramalho Foz deu início a segunda agencia bancária com o nome de Banco Central de Crédito S.A no centro da capital paulista.

João Moreira Salles passou a administração da Casa Moreira Salles para seu filho Walther, que assumiu por completo em 1933, ainda como estudante de direito. Em 1959, a administração do banco de Alfredo Egydio foi transferida para o seu sobrinho Olavo Setubal, e para o genro, Eudoro Villela. Juntos, os dois aceleraram o ciclo de transformações na instituição.

Futuramente a Casa Moreira Salles viria a se tornar Unibanco, e o Banco Central de Crédito passou a se chamar Itaú, isso em 1960. Em 2008, dois dos mais importantes e populares bancos do Brasil se uniram, numa operação que representou uma das maiores fusões da história brasileira. Naquele histórico 4 de novembro, nasceu também um dos maiores bancos do mundo e um gigante brasileiro.

Por noventa anos, o Itaú atravessou fronteiras, inaugurando sua atuação global e instalando-se em outros países da América Latina, e continua seguindo os princípios e os valores dos seus pioneiros em busca de um futuro melhor.

3.3 Natura Cosméticos S.A.

A empresa Natura foi criada em 1969, por Antonio Luiz da Cunha Seabra, que abriu um laboratório e uma loja em São Paulo. Em 1974 foi feita a escolha por vendas diretas. Em 1989, as quatro empresas que tinham o sistema Natura, originárias de parcerias com outros empreendedores, foram incorporadas à Natura Cosméticos. Em 1983, a Natura tornou-se uma das primeiras fábricas de bens de consumo contínuo a comercializar produtos com refil ou recargas. No período de 1990 a 1992 a empresa ganhou competitividade para enfrentar o mercado global com a integração de veteranos de multinacionais na diretoria. A expansão na América Latina se iniciou em 1994 através do Peru, Argentina e Chile. No ano de 1999, a Natura comprou o fabricante de produtos fitoterápicos Flora Medicinal para aquisição de novas tecnologias na produção de produtos à base de plantas, seguindo sua estratégia de desenvolvimento de produtos baseados na biodiversidade do Brasil. A aquisição também usava o ganho de conhecimento dos canais de venda de varejo – considerável potencial de distribuição de cosméticos a médio e longo prazo.

A empresa passou a década de noventa inteira reorientando a carteira de produtos para linhas com base nos conceitos de biodiversidade. Em 2001, inaugurou o complexo industrial de Cajamar no estado de São Paulo para pesquisa, desenvolvimento, treinamento e logística de suas operações.

Em 2005 marcou o início das operações no México, apesar de há dois anos já vender seus produtos nos *free shops* do país e ter há pouco iniciado as vendas em *free shops* de Cancun e Aruba. Seguindo a estratégia de internacionalização, abre sua primeira loja na Europa, em Paris, com investimentos previstos de US\$ 21 milhões. Para mercados fora da América Latina, a empresa tem em andamento o projeto chamado Ekos International, com a estratégia de vender apenas produtos desta linha, explorando a imagem da biodiversidade brasileira com produtos compostos unicamente de ingredientes naturais.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir, a Tabela 1, mostra os resultados do primeiro tópico.

Tab.1 - Tempo de implantação da governança corporativa e da responsabilidade social

EMPRESA	ALTERNATIVA	ANOS
Nestlé	D	150 anos
Itaú	D	30 anos
Natura	D	13 anos

Fonte: Próprios autores.

Com base nos resultados das pesquisas observa-se que as três empresas implantaram a governança corporativa e a responsabilidade social há mais de 10 anos.

A Nestlé, desde a sua fundação, esteve atenta a exercer a responsabilidade social e a governança corporativa, mas esse objetivo se intensifica no ano de 2006 com a elaboração da plataforma de Criação de Valor Compartilhado, que expressa os valores e a missão da companhia de oferecer soluções em saúde e nutrição que contribuam para o bem-estar dos consumidores. O Itaú há mais de 30 anos tem implantado governança corporativa e a responsabilidade social. Já a Natura tem implantando essas práticas desde 2004 a partir da abertura de capital e da adesão ao Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa).

Na sequência, a Tabela 2, mostra os resultados do segundo tópico.

Tab. 2 – Meios que utiliza para praticar a governança corporativa e a responsabilidade social

ALTERNATIVAS	NESTLÉ	ITAÚ	NATURA
a - A empresa possui e pratica as normas e diretrizes estabelecidas pelo seu conselho administrativo, diretoria e/ou sócio.		X	X
b - A empresa promove programas sociais que ajudam no desenvolvimento da comunidade local.	X	X	
c - A empresa valoriza seus colaboradores, criando benefícios financeiros, educacionais dentre outros.			
d - A empresa contribui com seus fornecedores ajudando na qualidade dos produtos oferecido.	X		
e - A empresa facilita o acesso ao capital aos seus investidores, empregados e credores.			X

Fonte: Próprios autores.

Como se observa na Tabela 2, a Nestlé tem como compromissos mostrar aos seus consumidores a importância da alimentação equilibrada e da nutrição, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida. Também se preocupa com as atividades que envolvem a utilização da água, energia e geração de resíduos, criando políticas de sustentabilidade ambiental. Já o Itaú possui e pratica as normas e diretrizes estabelecidas pelo seu conselho administrativo, diretoria e/ou sócio e também promove programas sociais que ajudam no desenvolvimento da comunidade local. A Natura possui e pratica as normas e diretrizes estabelecidas pelo seu conselho administrativo, diretoria e/ou sócio e também facilita o acesso ao capital aos seus investidores, empregados e credores.

A Tabela 3 trata dos resultados do terceiro tópico.

Tab.3 – Meios que utiliza para disponibilizar as informações aos stakeholders

EMPRESAS	SIM	NÃO	SE SIM, DE QUAL FORMA?
NESTLÉ	X		Por meio de seus <i>sites</i> na internet.
ITAÚ	X		Pelo portal de notícias com página na rede mundial de computadores.
NATURA	X		Pela Internet, através de seu <i>site</i> .

Fonte: Próprios autores.

Os dados da Tabela 3 mostram que todas as empresas disponibilizam suas práticas de governança corporativa e de responsabilidade social e que a forma mais comum de disponibilizar tais informações é através da internet, principalmente pelo *site* da própria empresa.

A Nestlé disponibiliza aos seus *stakeholders*, através de seus *sites* corporativo.nestlé.com.br ou www.criandovalorcompartilhado.com.br, suas práticas de governança corporativa e de responsabilidade social. Nestes *sites* encontram-se os resultados de vendas, lucro, fluxo de caixa, capital de giro, propostas do Conselho de Administração, as perspectivas da empresa para o próximo ano, notas de esclarecimentos, políticas internas, além de seus compromissos de responsabilidade social, como a nutrição, meio ambiente e direitos humanos. O Itaú também adota a prática de divulgação de seus fatos relevantes, bem como, comunicados ao mercado no portal de notícias com página na rede mundial de computadores, Rede de Divulgação. Esse serviço possibilita o acesso instantâneo aos fatos relevantes e comunicados publicados ao mercado. A adoção dessa forma de divulgação está alinhada com a modernização do regime de publicação de informações, estreitando o relacionamento com os *stakeholders*.

A Natura também disponibiliza na Internet as suas práticas de governança corporativa e responsabilidade social, por meio de seu *site* www.natura.com.br, com tópicos de cada área da empresa: resultados de desempenho de vendas, práticas de sustentabilidade, informações financeiras, atas das reuniões do Conselho de Administração e quem são os seus líderes, dentre outras informações.

A Tabela 4 apresenta o resultado do tópico 4, último item da pesquisa.

Tab.4 - Benefícios que a empresa adquire com a prática destas ações

ALTERNATIVAS	NESTLÉ	ITAÚ	NATURA
a - A empresa ganha a confiança e aumenta sua credibilidade em relação aos seus <i>stakeholders</i> .	X	X	
b - A empresa tem um aumento em seus resultados financeiros.	X		X
c - A empresa adquire um bom relacionamento com a sociedade local.		X	
d - A empresa alcança com maior facilidade seus objetivos organizacionais.			X

Fonte: Próprios autores.

A Tabela 4 aponta que, a Nestlé, nos últimos anos, de acordo com a pesquisa Marcas do Coração da Nova Classe Média Brasileira, realizada pelo Instituto Data Popular, está entre as marcas mais lembradas pelos consumidores brasileiros, pois investe em qualidade nos seus produtos. Também aparece no *ranking* das empresas dos sonhos para se trabalhar, de acordo com a pesquisa Carreira dos Sonhos, realizada em 2017, pela Cia. de Talentos, juntamente com a Nextview People. Já o Itaú ganha a confiança e

umenta sua credibilidade em relação aos seus stakeholders e adquire um bom relacionamento com a sociedade local e a Natura tem um aumento em seus resultados financeiros e também alcança com maior facilidade seus objetivos organizacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, considera-se que a governança corporativa e a responsabilidade social são de grande importância para as organizações, pois transparece o compromisso com todos os envolvidos, direta e indiretamente.

Com a pesquisa realizada através dos *sites* das empresas Nestlé, Itaú e Natura e sua respectiva análise, percebe-se que as organizações que adotam a governança corporativa e que praticam a responsabilidade social são mais estruturadas, possuem maior transparência frente aos seus *stakeholders*, e maior valorização no mercado financeiro, obtendo maiores lucros nos seus negócios. Desta forma, todos os envolvidos obtêm ganhos e, ainda, os riscos em diversos aspectos são reduzidos por conta da aplicação da transparência, ética e respeito nas organizações, o que gera benefícios à própria empresa e à sociedade de um modo geral.

REFERÊNCIAS

ABNT, NBR ISO 26000. **Diretrizes sobre responsabilidade social.** Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 04 mai. 2017.

AZEVEDO, Isabela Pereira. **Responsabilidade social empresarial: benefícios para a sociedade gerando lucratividade para empresas.** Disponível em: <http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg9/anais/T13_2013_0029.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2015.

BRASIL, Portal. **Brasil quer modelo “multistakeholder” para gestão democrática da Internet.** Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/governo/2013/10/brasil-quer-modelo-201cmultistakeholder201d-para-gestao-democratica-da-internet>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

CAMILLO, Jenner Roberto. **Saiba a importância da transparência na relação com os investidores.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/saiba-a-importancia-da-transparencia-na-relacao-com-os-investidores/83038/>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

EON, Fábio. **O que é responsabilidade social.** Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>>. Acesso em: 11 mai. 2017.

ETHOS, Instituto. **Valores, Transparência e Governança.** Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/conteudo/gestao-socialmente-responsavel/valores-transparencia-e-governanca/#.WQ-6FdLyvIU>>. Acesso em 11 mai. 2017.

FILHO, Hayrton Rodrigues do Prado. **Governança corporativa: um conceito que se amplia nos dias atuais.** Disponível em: <<https://qualidadeonline.wordpress.com/2010/12/>>. Acesso em: 09 abr. 2017.

GOMES, Karideny Nardi Modenesi. **Responsabilidade Social nas Empresas: uma nova postura empresarial – o caso CST.** In ETHOS, Instituto; ECONÔMICO, Valor. (Org.) Responsabilidade Social das Empresas: A Contribuição das Universidades. v. 3. São Paulo: Editora Peirópolis, 2004.p. 35-73.

IBGC. **Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.** Disponível em: <http://www.ibgc.org.br/userfiles/Codigo_julho_2010_a4.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2017.

INTELIGEMCIA. **Nestlé, Samsung, Adidas e Nike são as marcas do coração da Classe C.** Disponível em: <<http://www.inteligencia.com.br/nestle-samsung-adidas-e-nike-sao-as-marcas-do-coracao-da-classe-c/>>. Acesso em: 03 de setembro de 2017.

ITAU. Banco. **Itaú Unibanco.** Disponível em: <<https://www.itau.com.br/>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

MARCAS, Mundo das. **Nestlé.** Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/06/nestl-good-food-good-life.html>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

NATURA, Site. **Natura.** Disponível em: <<http://www.natura.com.br/>>. Acesso em: 11 ago. 2017.

NESTLÉ, Corporativo. **Nestlé é a Marca do Coração da Nova Classe Média Brasileira.** Disponível em: <<http://corporativo.nestle.com.br/media/pressreleases/NestleeaMercadoCora%C3%A7aodaNovaClasseMediaBrasileira>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

NESTLÉ, Site. **Criação de Valor Compartilhado.** Disponível em: <<http://www.criandovalorcompartilhado.com.br/>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

NETO, Francisco P. de Melo; FROES, César. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro.** 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

REIS, Carlos Nelson; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social.** São Paulo: Editora Atlas, 2011.

SILVA, Edson Cordeiro. **Governança Corporativa nas Empresas: Guia Prático de Orientação para Acionistas, Investidores, Conselheiros de Administração e Fiscal, Auditores, Executivos, Gestores, Analistas de Mercado e Pesquisadores.** 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

STEINBERG, Herbert. (Org.) **A Dimensão Humana da Governança Corporativa: pessoas criam as melhores e piores práticas.** 2. ed. São Paulo: Editora Gente, 2003.

TOLDO, Mariesa. Responsabilidade Social Empresarial. In ETHOS, Instituto (Org.) **Responsabilidade Social das Empresas: A contribuição das Universidades.** São Paulo: Peirópolis, 2002.

ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e Responsabilidade Social.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.