

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ESTUDO DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA NO BRASIL

Autoria

Denise Otto de Castro

Administração/Centro Universitário FECAP

Fabricio Rico Abade Lima

Administração/Centro Universitário FECAP

Felipe de Avila Kurahara

Administração/Centro Universitário FECAP

Ana Carolina de Souza Pereira

Administração/Centro Universitário FECAP

Fernando Morselli de Oliveira

Administração/Centro Universitário FECAP

Professor Orientador

Amanda Russo Chiroto

Resumo

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o que os documentos divulgados pelas empresas revelam sobre seu entendimento de RSC e sobre a amplitude das práticas de RSC de maneira específica nas indústrias farmacêuticas. Para isso realizou-se uma pesquisa descritiva e documental. Foram coletadas informações sobre os discursos oficiais com o objetivo de conhecer e classificar o entendimento e a amplitude sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC), através de documentos e websites de 20 empresas da indústria farmacêutica. Os resultados apontaram que apenas um quarto das empresas estudadas entendem RSC de forma abrangente e possuem amplitude alta com relação às suas práticas, enquanto outro um quarto das empresas possuem um entendimento confuso sobre o tema, apresentando pouca clareza sobre suas ações. Conclui-se que não há ainda um alinhamento sobre o tema no mercado farmacêutico brasileiro, pois a distribuição das empresas estudadas referente ao Entendimento e Amplitude das práticas de RSC se mostra muito pulverizada.

Palavras-chaves: Responsabilidade Social Corporativa. Indústria Farmacêutica.

**Área Temática:
Sustentabilidade Socioambiental**

**Título de Artigo:
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ESTUDO DA INDÚSTRIA
FARMACÊUTICA NO BRASIL**

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o que os documentos divulgados pelas empresas revelam sobre seu entendimento de RSC e sobre a amplitude das práticas de RSC de maneira específica nas indústrias farmacêuticas. Para isso realizou-se uma pesquisa descritiva e documental. Foram coletadas informações sobre os discursos oficiais com o objetivo de conhecer e classificar o entendimento e a amplitude sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC), através de documentos e *websites* de 20 empresas da indústria farmacêutica. Os resultados apontaram que apenas um quarto das empresas estudadas entendem RSC de forma abrangente e possuem amplitude alta com relação às suas práticas, enquanto outro um quarto das empresas possuem um entendimento confuso sobre o tema, apresentando pouca clareza sobre suas ações. Conclui-se que não há ainda um alinhamento sobre o tema no mercado farmacêutico brasileiro, pois a distribuição das empresas estudadas referente ao Entendimento e Amplitude das práticas de RSC se mostra muito pulverizada.

Palavras-chaves: Responsabilidade Social Corporativa. Indústria Farmacêutica.

ABSTRACT

The paper aims to analyze what the published documents of the 20 largest companies in the Brazilian pharmaceutical industry reveal about their understanding and the extent of actions upon Corporate Social Responsibility (CSR). On this purpose an investigation over the public reports and the data containing the speeches and announcements from this companies was held as well as from various websites. Through descriptive and documentary research, it was observed that only a quarter of the companies on this study have a clear and broad understanding upon CSR and its practices, whereas another quarter have a confuse understanding, without clarity about how its practices relate to CSR. It is concluded that there is not an alignment among the companies on the understanding over CSR in the Brazilian pharmaceutical industry.

Keywords: Corporate Social Responsibility. Pharmaceutical Industry.

1 INTRODUÇÃO

A responsabilidade social é um conceito muito amplo e ainda não há consenso sobre a definição deste tema. Para FRANCISCHINI et al (2005) a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) pode ser considerada uma virtude. Para Friedman (1970) a RSC nada mais é do que a geração de lucro para a empresa e a maximização dos lucros para os acionistas. Contudo o crescimento econômico será possibilitado somente se estiver solidamente embasado, logo é preciso desenvolvimento de estratégias corporativas que apresentem resoluções para um ambiente sustentável, uma economia praticável e uma sociedade harmonizada (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007).

A RSC, juntamente com o tema sustentabilidade, ganha cada vez mais importância social e estratégica. Há uma crescente preocupação com o consumo dos recursos naturais, com o bem-estar da sociedade e com a diminuição das desigualdades sociais, promovendo o conceito de sustentabilidade em todas as esferas (ETHOS, 2017). O tema RSC tem grande importância no cenário atual, pois diversos assuntos relacionados são frequentemente citados em notícias e matérias de comunicação de massa assim como estão sendo discutidos nas áreas de planejamento de diversas empresas. Este último fato se deve principalmente pela cobrança dos *stakeholders*, que estão cada vez mais preocupados com questões sociais e ambientais, por conseguinte pode-se verificar o aumento considerável de empresas aderindo a instituições relacionadas à responsabilidade social (OMETTO; BULGACOV; MAY, 2015).

Carroll (1999) mostra que os primeiros debates acerca de RSC são datados da década de 1950, quando surgiu a primeira definição formal sobre o tema. No Brasil, o Instituto Ethos – organização que objetiva mobilizar e ajudar as empresas a ter uma gestão responsável para com a sociedade – viu seu número de associados crescer de 11, em 1998, ano de sua fundação (FRANCISCHINI et al., 2005), para quase 500 empresas em 2017 (ETHOS, 2016).

A implementação do desenvolvimento sustentável é de extrema importância, porém as empresas precisam comunicar suas ações, tanto para o público interno como externo, e acompanhá-las. Uma das maneiras de divulgação é por meio da publicação de Relatórios de Sustentabilidade. Os relatórios divulgam as ações realizadas pelas empresas em busca de um ambiente sustentável, com indicadores que conseguem medir seu desempenho e impactos nas esferas social, ambiental e econômica (ETHOS, 2017).

O setor farmacêutico foi escolhido para ser estudado conjuntamente com os temas de RSC e sustentabilidade, devido à sua grande relevância econômica e social, pois tem como finalidade principal a produção de medicamentos, que visa a saúde e bem-estar de bilhões de pessoas no mundo. Segundo Patrocínio e Cohen (2016), o mercado brasileiro está entre os dez maiores de vendas de varejo de remédios e, aproximadamente, 60% da população brasileira precisa de algum remédio regularmente. Dados corroborados pela Interfarma (2017a) apontam o crescimento contínuo do mercado farmacêutico brasileiro nos últimos anos frente aos demais seguimentos o que evidencia o impacto desta indústria.

O mercado farmacêutico brasileiro que antes ocupava a 10ª posição no *ranking* mundial, hoje é considerado o 8º maior mercado do mundo, atingindo um faturamento na base de R\$ 83,35 bilhões, tendo expectativa para que em 2021 seja o 5º maior mercado (INTERFARMA, 2017a).

De acordo com os dados da Sindusfarma (2017), o setor farmacêutico vem aumentando suas vendas. Ao analisar o aumento do ano de 2014 para o ano de 2017, R\$ 41.960.653.540 e R\$ 56.828.015.107 de vendas no mercado, respectivamente, é notável que houve um crescimento considerável, aproximadamente 135% nas vendas totais.

Quanto à investimentos sociais privados, o valor investido pelo setor teve uma grande queda. No ano de 2016, segundo Interfarma (2017b), o volume de investimentos reduziu 60% comparado ao ano anterior e o número de iniciativas também diminuiu, passando de 415 para 142, no mesmo período.

Diante desse cenário, o objetivo desse trabalho é analisar o que os documentos divulgados pelas empresas revelam sobre seu entendimento de RSC e sobre a amplitude das práticas de RSC de maneira específica nas indústrias farmacêuticas, por meio da classificação e categorização dos discursos dessas organizações. Delimitou-se a análise para as 20 maiores empresas da indústria farmacêutica no Brasil e a seleção das mesmas considerou o seu volume de vendas no varejo em 2016.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Tendo se tornado um tema recorrente e de grande importância para as empresas, a RSC pode ser definida como uma forma de gestão que relaciona a ética organizacional com suas metas e seus *stakeholders*, a fim de impulsionar o desenvolvimento sustentável da sociedade, zelando e respeitando o meio ambiente e seus recursos essenciais, com o intuito de garantir um futuro às próximas gerações, sem desigualdade social (ETHOS, 2016).

Embora a definição do conceito de desenvolvimento sustentável aceite atualmente seja aquele que é capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das gerações futuras, há uma grande discussão quanto à definição correta por ter uma ligação com termos utilizados no meio corporativo como responsabilidade social (ARAÚJO et. al., 2006). No Quadro 1 constam algumas definições acerca de RSC.

QUADRO 1 – DEFINIÇÕES DE RSC

Autor	Definição
Carroll (1979, p. 500)	“A responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em um determinado momento.”
Friedman (1970, p. 120)	“usar seus recursos e dedicar-se a atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganos ou fraude.”
Global Reporting Initiative (2012, p. 10)	“[RSC é] uma ‘licença social de operação’ da sociedade [...], a capacidade de uma organização para falar de aspectos econômicos, ambientais e sociais de suas operações de um modo confiável e coerente tem um valor muito alto hoje em dia.”

Continua

Conclusão

Autor	Definição
Instituto Ethos (2012)	“[RSC] é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”
Kotler e Lee (2005, p. 3)	“Um compromisso para melhorar o bem-estar da comunidade passa por práticas discricionárias de negócios e contribuição de recursos corporativos.”
Oliveira (2005, p. 3)	“[RSC] diz respeito à maneira como as empresas agem, como impactam e como se relacionam com o meio ambiente e suas partes legitimamente interessadas (os chamados ‘stakeholders’, ou seja, empregados, fornecedores, governo e sociedade em geral).”

Fonte: Adaptado de Irigaray, Vergara e Araujo (2017, p.75)

No que tange o mundo corporativo, a RSC é um elemento decisivo para as organizações se desenvolverem e crescerem no cenário atual (FRANCISCHINI et al., 2005). É um compromisso contínuo que visa contribuir com o desenvolvimento econômico enquanto busca contribuir para uma sociedade mais justa (HASTENREITER, 2012), ou seja, possibilitar que os recursos sejam usados para ações que promovem bem-estar social e não apenas para interesses pessoais ou das organizações.

De acordo com Francischini et al. (2005) a RSC é um conjunto de práticas das organizações o qual constitui um vínculo sustentável com a sociedade e com o ambiente onde está, deste modo pode-se perceber que RSC está diretamente conectada à sustentabilidade.

A sustentabilidade tem ganhado força nas organizações e hoje pode ser um preceito decisivo para atuar em determinados setores ou ainda ser o diferenciador entre as empresas concorrentes, porém, essa força não veio por parte das empresas, mas sim da sociedade e das pressões políticas (SILVA, 2014).

A posteriori, o assunto progrediu pela conscientização e melhor compreensão do conceito. As empresas despertaram para a RSC e a sustentabilidade e perceberam que seus conceitos poderiam se tornar algo benéfico e valeria o investimento (ARAÚJO et al., 2006). Desta forma, muitas empresas, especialmente grandes organizações nacionais e multinacionais que interagem com o meio ambiente e sociedade, começaram a notar que a RSC é uma ferramenta indispensável para ascensão do valor e prestígio corporativo (SILVA, 2014).

2.2 RELATÓRIOS E INDICADORES DE RSC

Ao considerar uma gestão socialmente responsável, surgiram diversos indicadores e normas que viabilizam as empresas realizarem o diagnóstico de sua atual situação de forma mais assertiva. Tais ferramentas são indispensáveis também para que a empresa possa transformar esse diagnóstico em ações a serem tomadas com o objetivo de melhorar sua gestão social (GRI, 2015).

Uma das formas de defender e divulgar práticas, políticas e alinhamento da empresa frente à sustentabilidade se dá através da publicação de Relatórios de Sustentabilidade (ETHOS, 2017). Segundo Silva, Freire e Silva (2014), o modelo aplicado a esses relatórios mais utilizado no mundo é o desenvolvido pela GRI.

Atualmente, existem várias instituições, de âmbito nacional e global, que promovem o desenvolvimento dessas normas e procedimentos auxiliando as empresas a gerir de forma mais sustentável seus negócios.

2.2.1 GLOBAL REPORTING INITIATIVE STANDARDS

Instituição internacional independente fundada em 1997, sem fins lucrativos, a *Global Reporting Initiative Standards* (GRI) tem como objetivo desenvolver normas globais para a divulgação dos relatórios de sustentabilidade, com isso ajudando as organizações a comunicar de forma mais clara, estruturada e abrangente suas ações (GRI, 2015).

De acordo com a GRI (2015) suas diretrizes ajudam a identificar os impactos das operações da organização na economia, no ambiente e na sociedade. Através do desenvolvimento de relatórios segundo as diretrizes da GRI, as organizações relatoras encontram ferramentas e indicadores que analisam ou visam desenvolver suas habilidades, são fontes de informações sobre a forma de gerenciamento das organizações, assim como seu desempenho ambiental, social e econômico.

2.2.2 INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O Instituto Ethos foi fundado em 1998, por um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada (ETHOS, 2016) e é referência no Brasil no que diz respeito à responsabilidade social e compromisso sustentável, conforme Silva, Freire e Silva (2014). Tem como objetivo disseminar a prática de RSC, tornando as empresas parceiras na construção de uma sociedade justa e responsável.

Com o objetivo de fortalecer e fomentar a prática de responsabilidade social no mundo empresarial, o Instituto Ethos desenvolveu indicadores que avaliam o ambiente atual em que a empresa se encontra em relação as suas ações de RSC. São uma ferramenta de gestão que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da RSC em suas estratégias de negócio, objetivando o crescimento sustentável. (ETHOS, 2016)

2.2.3 NORMA ISO 26000

Estabelecida no ano de 2010 em Genebra (Suíça), apresenta as diretrizes sobre responsabilidade social e visa orientar qualquer tipo de organização, independentemente do porte ou localização, a incorporar a RSC em seu processo decisório, implicando em um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável. (INMETRO, [2018])

Segundo o Inmetro ([2018]), a RSC deve estar integrada em toda a organização, bem como deve ser praticada em suas relações e levar em conta os interesses dos *stakeholders*, para estar em conformidade com a ISO 26000. Para isso, a norma fornece orientações no que tange a conceitos e definições de RSC, práticas e princípios, implementação e promoção de um comportamento socialmente responsável. Por ser uma norma de diretrizes, não visa e não é apropriada para a certificação das empresas.

2.2.4 PACTO GLOBAL

Desenvolvido em 1999, com intuito de requisitar a participação das organizações privadas para divulgar e efetivar ações que visam o desenvolvimento sustentável da sociedade, o Pacto Global (PG) é mais um instrumento de RSC cujo objetivo é aceitação de valores fundamentais aprovados pela comunidade internacional nos âmbitos de meio ambiente, direitos humanos, combate a corrupção e relações de trabalho. A adesão ao PG é uma decisão voluntária, não sendo uma ferramenta com fim regulatório para fiscalizar políticas corporativas (ONU, [2018]).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa se caracteriza como descritiva, quanto aos seus objetivos, pois busca observar os fatos, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, de forma que não exista interferência do pesquisador (ANDRADE, 2002). Durante o processo do estudo foi feita análise de conteúdo, em razão de ter sido utilizada "técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema" (VERGARA, 2008, p. 15).

Foi considerado adequado empregar procedimentos metodológicos similares aos que Irigaray, Vergara e Araujo (2017) utilizaram no estudo "Responsabilidade social corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas", porém replicado em um setor específico conforme sugestão apontada pelos autores para que esta pesquisa tenha relevância e possa contribuir com a pesquisa feita inicialmente por eles. Portanto, os procedimentos metodológicos adotados constituem-se das seguintes etapas: coleta de dados; exploração do material; e tratamento e interpretação dos resultados.

Na coleta de dados foi definido que a pesquisa seria limitada às 20 maiores indústrias farmacêuticas com atuação no Brasil, de acordo com seu volume de vendas no varejo, conforme *ranking* da Interfarma de 2016 (2017a). Contudo neste *ranking*, algumas empresas pertencem ao mesmo grupo e têm somente uma fonte de dados para realizar análise, logo foram agrupadas e analisadas de forma única, totalizando 17 organizações. As empresas DM, Mantecorp e Neo Química foram analisadas sob o grupo Hypera Pharma, o qual pertencem, e as empresas Medley e Sanofi sob o grupo Sanofi.

Foi realizada busca de documentos que contêm os discursos oficiais dessas organizações sobre RSC. Em alguns casos não havia documento oficial para ser avaliado, sendo assim foram utilizados os *websites* das empresas para perfazer o estudo proposto.

No total foram coletados nove documentos e oito discursos extraídos de páginas *web* das empresas. Esses documentos são datados entre 2012 e 2016, pois em alguns casos não havia documento mais recente. Optou-se pela análise destes relatórios, que são documentos públicos, pois mostram da forma mais fiel possível como as empresas e seus gestores percebem e se posicionam frente ao tema RSC e, nos casos da ausência desses documentos optou-se pelo *website* devido seu fácil acesso e ser um importante canal de divulgação das organizações atualmente.

A segunda etapa do procedimento metodológico, ou exploração do material coletado, se deu a partir da classificação e categorização dos dados. Partindo do entendimento e das definições obtidas por Irigaray, Vergara e Araujo (2017) foi realizada uma análise qualitativa destes relatórios em busca de discursos que pudessem se enquadrar nas categorizações dos autores, que compreendem o entendimento e a aplicação da RSC nas respectivas empresas.

A divisão do entendimento da RSC é feita em três categorias: amplo, restrito e confuso. O Entendimento Amplo abrange questões além das ações internas das empresas, levando em consideração as premissas econômicas, legais e éticas, visando atingir a todas as partes interessadas, as organizações enquadradas aqui têm uma compreensão maior sobre RSC. Já o Entendimento Restrito é constituído por empresas que demonstram um grau menor de assimilação a respeito da RSC ou apenas cumprindo exigências da legislação. E o Entendimento Confuso trata das empresas as quais apresentaram o conceito de RSC de forma equivocada ou dúbia, não levando em consideração o conceito de abrangente ou restrito.

No quesito amplitude das práticas de RSC foram definidas três classes de amplitudes, sendo a primeira nomeada como Amplitude Alta, que “reflete as empresas que investem em ações e projetos externos, [...] bem como ações ambientais internas, ou seja, gestão ambiental, redução de emissão de gases de efeito estufa, resíduos e consumo.” (IRIGARAY; VERGARA; ARAUJO, 2017, p. 83).

As empresas que se enquadram em Amplitude Média, são aquelas cujo foco dos investimentos de RSC é em ações internas, com algumas iniciativas em projetos externos. Por fim, a classificação baixa é composta pelas organizações que apresentaram somente investimentos em práticas e ações internas (IRIGARAY; VERGARA; ARAUJO, 2017).

No Quadro 2 são apresentados os principais pontos identificados na classificação dos discursos das empresas, os quais foram utilizados como base para analisar os documentos e demais discursos coletados.

QUADRO 2 – ENTENDIMENTO E AMPLITUDE

Entendimento Amplo	Entendimento Restrito	Entendimento Confuso
Adoção plena de práticas éticas e transparentes	Comunidades onde a companhia atua	Doação a campanhas políticas
Extrapolação das responsabilidades inerentes ao negócio	Comunidades onde nossas lojas são localizadas	Divulgação de ação de terceiros (clientes e/ou empregados)
Criação de valor para a sociedade	Apoio às iniciativas locais	Divulgação de gastos com Termos de Ajuste de Conduta
Permeação de todas as ações corporativas	Criação de valor para seus acionistas	Indenizações às comunidades indígenas
Envolve toda a companhia	Desenvolvimento interno dos colaboradores	Divulgação de pagamento de multas
Papel transformador		
Desenvolvimento do país		
Valorização das pessoas		
Amplitude Alta	Amplitude Média	Amplitude Baixa
Investimentos em ações em projetos internos e externos	Investimentos em ações internas com algumas iniciativas externas	Somente investimentos em práticas e ações internas

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ainda dado o caráter qualitativo desta pesquisa, de forma a minimizar o risco de tendenciosidade da análise e tornar o processo imparcial, a etapa de categorização foi repetida diversas vezes por cada um dos autores deste estudo para verificar se os resultados se repetem ao longo das tentativas e garantir a objetividade da pesquisa.

4 ANÁLISE DE DADOS

Com base no estudo realizado foi possível classificar as empresas selecionadas por meio do modelo proposto no estudo de Irigaray, Vergara e Araujo (2017) em três categorias distintas: Entendimento Amplo, Entendimento Restrito e Entendimento Confuso. Considerando as formas de classificação e categorização das empresas, conforme seu Entendimento e Amplitude das práticas relacionadas à RSC, verificou-se que existem nove possíveis combinações desses fatores as quais se pode observar no Quadro 3.

QUADRO 3 - ANÁLISE ENTRE ENTEDIMENTO E AMPLITUDE

		Amplitude		
		Alta	Média	Baixa
Entendimento	Amplo	[5] Empresas: Aché (2016), Bayer (2016), Eurofarma (2017), GSK (2017) e Takeda (2017).	[1] Empresa: Johnson & Johnson (2012)	
	Restrito	[4] Empresas: Abbott ([2018]), AstraZeneca (2017), Libbs (2017) e Sanofi (2016).	[4] Empresas: Boehringer Ingelheim (2018), MSD (2017), Novartis (2017) e Pfizer (2017).	
	Confuso		[3] Empresas: Biolab (2018), EMS ([2017]) e Hypera Pharma (2018).	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Estão enquadradas no Entendimento Amplo empresas que demonstraram através de seus documentos e declarações que possuem um entendimento mais completo sobre RSC, que geram valor para sociedade, se preocupam com o desenvolvimento do país e envolvem toda a companhia em suas ações de RSC, assim como definido por Carroll (1979) que considera RSC uma ampliação do papel da empresa além de seus compromissos econômicos e legais frente à sociedade. Pode-se observar no Quadro 4 as organizações classificadas nesta categoria bem como o que há de comum em seus discursos, expressões como “crescimento sustentável”; “equilíbrio econômico, social e ambiental”, “criação de valor para a sociedade” etc.

QUADRO 4 – DISCURSOS DAS EMPRESAS DE ENTENDIMENTO AMPLO

Empresa	Discurso
<p>Aché (2016, p. 77)</p>	<p>“Manter relacionamentos próximos e de confiança, compartilhando valor e <u>respeitando o meio ambiente</u>, é uma crença que está na essência do Aché. [...] assegurar um <u>crescimento sustentável</u>. Valorizamos, aprimoramos e <u>investimos em nossos relacionamentos com profissionais da saúde, clientes, fornecedores, distribuidores, governo, universidades, consumidores, sociedade e colaboradores</u>, privilegiando o diálogo e a transparência em nossas ações.” (grifo nosso).</p>
<p>Bayer (2016, p. 3)</p>	<p>“Como uma empresa global com mais de 150 anos de trajetória, temos grande <u>responsabilidade com a sociedade e com as gerações futuras</u>. [...] Nós da Bayer, estamos convictos de que somente podemos alcançar o sucesso com o <u>equilíbrio do crescimento econômico, da inovação e da ética aliados à responsabilidade ambiental e social</u>.” (grifo nosso).</p>
<p>Eurofarma (2017, p. 16)</p>	<p>“Os investimentos feitos ao longo de uma década demonstram a contribuição da empresa para o <u>desenvolvimento da sociedade nas esferas ambiental, econômica e social</u>.” (grifo nosso).</p>
<p>GSK (2017, p. 2)</p>	<p>“Como uma empresa global de saúde, há uma expectativa de nossos <i>stakeholders</i> para que a GSK <u>ofereça valor de longo prazo aos acionistas e sociedade</u>. Construir <u>confiança com nossos parceiros, clientes e sociedade</u> é fundamental para <u>ser sustentável nos negócios</u>.” (tradução nossa, grifo nosso).</p>
<p>Johnson & Johnson (2012, p. 4)</p>	<p>“Na Johnson & Johnson, vemos nossa cidadania e sustentabilidade como mais do que nosso <u>desempenho social, ambiental e econômico</u>. [...] conduzindo a nós mesmos e nossos negócios de forma a <u>contribuir positivamente para a sociedade</u>.” (tradução nossa, grifo nosso).</p>
<p>Takeda (2017, p. 18)</p>	<p>“Além disso, nos esforçamos para manter e melhorar processos de negócios sólidos e participar de atividades para <u>promover uma sociedade sustentável</u> como um bom cidadão corporativo. Ao <u>criar e sustentar o valor através da RSC, construímos confiança com a sociedade</u>, reforçamos a nossa reputação e desenvolvemos ainda mais o nosso negócio.” (tradução nossa, grifo nosso).</p>

Fonte: Elaborado pelos autores.

No que se refere a Entendimento Restrito, as seguintes foram classificadas nesta categoria: Abbott, AstraZeneca, Boehringer Ingelheim, Libbs, MSD, Novartis, Pfizer e Sanofi. Em seus discursos verifica-se um forte apelo à comunidade onde atuam e apoio às iniciativas locais, que em sua maioria se dão por meio de projetos sociais ou voluntariado, além de menções ao desenvolvimento e bem-estar dos empregados e desenvolvimento do negócio. Os fragmentos desses discursos são apresentados no Quadro 5.

QUADRO 5 – DISCURSOS DAS EMPRESAS DE ENTENDIMENTO RESTRITO

Empresa	Discurso
Abbott ([2018], p. 26)	"Temos uma história diferenciada de <u>apoio às comunidades onde vivemos e trabalhamos</u> . [...] Através de nossas operações, relações comerciais e <u>apoio a grupos comunitários e instituições de caridade</u> , damos retorno às <u>nossas comunidades</u> e nossos vizinhos." (grifo nosso).
AstraZeneca (2017)	"Nosso sonho é <u>contribuir positivamente para as comunidades no entorno de onde trabalhamos</u> , apoiando por meio da educação, alegria e saúde a que tenham uma vida melhor." (grifo nosso).
Boehringer Ingelheim (2018)	"A responsabilidade social é um componente importante da cultura empresarial da Boehringer, o que inclui tanto o <u>compromisso global com projetos sociais</u> como a <u>preocupação com os seus mais de 46 mil funcionários</u> em 140 afiliadas em todo o mundo." (grifo nosso).
Libbs (2017, p. 6)	"Nos comprometemos com os interesses e com o desenvolvimento sustentável de nossos relacionamentos e com a <u>responsabilidade socioambiental junto às comunidades em que estamos inseridos</u> ."(grifo nosso).
MSD (2017)	"a Merck Sharp & Dohme envolve <u>funcionários, escolas e a comunidade nas questões relativas à preservação da Área de Proteção Ambiental de Campinas</u> ." (grifo nosso).
Novartis (2017)	"Trabalhamos para promover o <u>bem-estar dos nossos funcionários e apoiar as comunidades</u> através de voluntariado e atividades filantrópicas." (grifo nosso).
Pfizer (2017)	"A Pfizer assume o compromisso de participar ativamente no âmbito social e a <u>melhorar as comunidades onde conduz os seus negócios</u> ." (grifo nosso).
Sanofi (2016, p.25)	"Através de uma abordagem inovadora, contribui para a <u>criação de valor e melhoria de seu negócio</u> ." [...] Ambição de Responsabilidade Corporativa da Sanofi: Contribuir para o acesso da população aos cuidados de saúde; <u>Desenvolver nossas comunidades</u> e engajar nossos funcionários; Ética e transparência; Endereçar desafios ambientais." (grifo nosso).

Fonte: Elaborado pelos autores.

E por fim, no Entendimento Confuso, foram identificadas empresas que divulgam em seus discursos sobre RSC ações de voluntariado dos funcionários ou doações feitas pelos mesmos à outras instituições, mostrados no Quadro 6. No caso da Biolab, a empresa divulga como ação de RSC o patrocínio à artistas plásticos brasileiros que está em desacordo com o conceito de RSC, pois não abrange todos os seus aspectos que são: (i) se esforçar para gerar lucro, (ii) obedecer a lei, (iii) ser ética e (iv) ser uma boa empresa cidadã segundo Carroll (1999).

QUADRO 6 – DISCURSOS DAS EMPRESAS DE ENTENDIMENTO CONFUSO

Empresa	Discurso
Biolab (2018)	"Grande patrocinadora das artes plásticas brasileiras, a Biolab já apoiou dezenas de exposições de artistas nacionais no Brasil e no exterior e subsidiou o lançamento de mais de 20 livros de arte, que colaboram com a divulgação e com o registro histórico da cultura brasileira." (grifo nosso).
EMS ([2017])	"apoia a Campanha MCDia Feliz e adquire cartões de Natal de entidades filantrópicas, promove o Natal Solidário e Campanhas do Agasalho entre os seus colaboradores." (grifo nosso).
Hypera Pharma (2018, p. 62)	"ação social em conjunto com a Casa do Zezinho, instituição que atua na cidade de São Paulo, para incentivar o voluntariado corporativo na sede da Companhia e mobilizar seus colaboradores. [...] Colaboradores se mobilizaram para a entrega da doação, passando uma tarde brincando com os Zezinhos – nome dado às crianças atendidas pelo projeto – e conhecendo as atividades desempenhadas pela ONG." (grifo nosso) .

Fonte: Elaborado pelos autores.

No quesito amplitude das práticas de RSC, nenhuma delas foi considerada como possuindo Amplitude Baixa em suas ações, apesar da diminuição do valor próprio investido em ações sociais pelo setor (INTERFARMA, 2017b). Todas as empresas analisadas possuem, em maior ou menor grau, ações externas relacionadas à RSC. Destas, nove empresas consideramos possuir Amplitude Alta: Abbott, Aché, AstraZeneca, Bayer, Eurofarma, GSK, Libbs, Sanofi e Takeda. E a outra parte das empresas foi classificada com Amplitude Média, ou seja, o foco de suas ações é interno e possui algumas ações externas relacionadas à RSC.

Ainda com o objetivo de entender como as empresas comunicam seus discursos aos *stakeholders*, foi possível observar e classificá-las segundo o meio no qual divulgam suas ações de RSC. Conforme os documentos e demais conteúdos coletados, observa-se que existem quatro meios utilizados pelas empresas: Relatório de Sustentabilidade, Relatório Anual, Código de Conduta e *Website*. No Quadro 7 estão listadas as empresas e suas fontes de análise de dados.

QUADRO 7 – FONTE DE ANÁLISE DOS DISCURSOS POR EMPRESA

Empresa/Fonte	Código de Conduta	Relatório de Sustentabilidade	Relatório Anual	Website
Abbott	√			
Aché			√	
AstraZeneca				√
Bayer		√		
Biolab				√
Boehringer Ingelheim				√
EMS				√
Eurofarma			√	

Continua

Empresa/Fonte	Código de Conduta	Relatório de Sustentabilidade	Relatório Anual	Conclusão
				Website
Hypera Pharma			√	
GSK		√		
Johnson & Johnson		√		
Libbs				√
MSD				√
Novartis				√
Pfizer				√
Sanofi		√		
Takeda		√		

Fonte: Elaborado pelos autores.

O Relatório de Sustentabilidade, qualificado como o meio de divulgação ideal por ser um relatório cuja função é exclusivamente divulgar ações relacionadas à RSC, é o segundo meio mais utilizado com cinco empresas fazendo seu uso. Por outro lado, observa-se também que o *website* é o meio mais utilizado, por ser um canal de comunicação mais prático e econômico, diminuindo assim os custos da comunicação e interação entre os indivíduos (FAVORETTO; FRANÇA; STEINER NETO, 2011), justifica ser o canal mais comum operado pelas organizações.

No que diz respeito aos indicadores utilizados pelas empresas, foi identificado que 35%, do total das 17 organizações analisadas, divulgam seus relatórios com base no GRI, que é hoje o modelo com maior credibilidade no cenário internacional (SILVA; FREIRE; SILVA, 2014). Além disso, foram identificados outros quatro indicadores utilizados na construção dos relatórios que são mencionados no mínimo por duas empresas diferentes, os quais ajudam as empresas a diagnosticar e nortear suas ações no que se refere à RSC. O indicador mais utilizado é o GRI, seguido pelo Ethos e PG, nesta ordem, conforme se pode observar no Quadro 8, no qual constam apenas as empresas que mencionam em seus discursos um ou mais dos indicadores identificados.

QUADRO 8 – INDICADORES USADOS PELAS EMPRESAS

Empresa/Indicadores	Ethos	GRI	ISO26000	ODS	PG
Aché	√	√			
Bayer	√	√		√	
Eurofarma	√	√			√
Sanofi	√				√
GSK		√			√
Johnson & Johnson		√			
Takeda	√	√	√	√	√

Fonte: Elaborado pelos autores.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo analisar o que os documentos divulgados pelas empresas revelam sobre seu entendimento de RSC e sobre a amplitude das práticas de RSC de maneira específica nas indústrias farmacêuticas.

Por meio das análises, foi possível evidenciar que apenas um quarto das empresas estudadas entendem RSC de forma ampla e possuem amplitude alta com relação às suas práticas, enquanto outro um quarto das empresas possuem um entendimento confuso sobre o tema, apresentando pouca clareza sobre suas ações. E com isso fica evidente não haver ainda um alinhamento sobre o tema no mercado farmacêutico brasileiro, pois a distribuição das empresas estudadas, referente ao Entendimento e Amplitude das práticas de RSC, mostra ser muito pulverizada.

Além disso, pode-se dizer que muitas empresas ainda estão em fase embrionária quando se trata de RSC, já que apenas seis empresas divulgam relatórios de sustentabilidade e a maioria delas utiliza a página *web* para divulgar suas ações de RSC, demonstrando pouco interesse sobre o tema. O que está alinhado com os dados divulgados pela Interfarma (2017b) referente a queda de investimentos sociais próprios do da indústria farmacêutica.

Considerando que, com exceção da Sanofi, todas as organizações que divulgam Relatório de Sustentabilidade estão classificadas como Entendimento Alto, portanto pode-se dizer que há certa correlação, ou seja, à medida que a empresa explora o assunto, buscando referências como o GRI, por exemplo, seu entendimento sobre o tema irá se tornar, cada vez mais, abrangente.

O fato de que muitas empresas ainda não divulgam um Relatório de Sustentabilidade, e outras tampouco divulgam algum documento como Relatório Anual ou Código de Conduta, se mostrou um fator limitante nesta pesquisa, pois conforme mencionado, foi possível a coleta de documentos publicados por apenas nove organizações, enquanto o *website* se apresentou como uma alternativa a estes, mesmo não sendo o meio ideal para a análise desenvolvida neste trabalho.

A conscientização da sociedade sobre a importância do impacto da atuação das organizações no meio onde estão inseridas, faz com que a exigência de responsabilidade sobre suas ações e conduta principalmente aquelas relacionadas a RSC seja cada vez maior (FRANCISCHINI et al., 2005). Desta forma é recomendado futuras pesquisas que analisem outro setor específico brasileiro, para comparar resultados entre diferentes mercados nacionais e buscar relacionar o setor estudado e o seu impacto na sociedade ao grau de entendimento e amplitude das suas práticas de RSC. Esses estudos, eventualmente, permitiriam mostrar a importância da responsabilidade social e gerar transformações na postura organizacional das empresas.

REFERÊNCIAS

ABBOTT. **Código de Conduta**. [2018]. Disponível em: <http://webstorage.abbott.com/cobc/pdf/ebook_br.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2018.

ANDRADE, M. M. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ARAÚJO, G. C. et al. Sustentabilidade empresarial: conceito e indicadores. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 6., 2006, [S.I.]. **Anais...** [S.I.]: CONVIBRA, 2006. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/2006/artigos/61_pdf.pdf>. Acesso em: 27 out. 2017.

- ACHE. **Relatório Anual**. 2016. Disponível em:
<http://www.ache.com.br/relatorioanual-2016/files/ACHE_RA2016.pdf>. Acesso em:
08 nov. 2017.
- ASTRAZENECA. **Responsabilidade Social**. 2017. Disponível em:
<<https://www.astrazeneca.com.br/about-us/responsabilidade-social.html>>. Acesso
em: 31 mar. 2018.
- BAYER. **Relatório de Responsabilidade Socioambiental**. 2016. Disponível em:
<https://www.bayer.com.br/static/documents/pdf/relatorio_socioambiental_2016.pdf>.
Acesso em: 01 nov. 2017.
- BERTONCELLO, S. L. T.u; CHANG JÚNIOR, J. A importância da responsabilidade
social corporativa como fator de diferenciação. **Facom**, [S.L.], n. 17, p. 70-76,
jan./jun. 2007.
- BIOLAB. **Responsabilidade**. 2018. Disponível em:
<<https://www.biolabfarma.com.br/pt/arte-cultura/>>. Acesso em: 31 mar. 2018.
- BOEHRINGER INGELHEIM. **Boehringer Ingelheim incentiva funcionários a
participarem da Hora do Planeta**. 2018. Disponível em: <[https://www.boehringer-
ingelheim.com.br/press-release/boehringer-ingelheim-incentiva-funcionarios-
participarem-da-hora-do-planeta](https://www.boehringer-
ingelheim.com.br/press-release/boehringer-ingelheim-incentiva-funcionarios-
participarem-da-hora-do-planeta)>. Acesso em: 31 mar. 2018.
- CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate social
performance. **Academy of Management Review**, Georgia, n.4, p. 497-505, Oct.
1979.
- _____. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct.
Business & Society, Georgia, v. 38, n. 3, p. 268-295, Sep. **1999**.
- EMS. **Responsabilidade Social**. [2017]. Disponível em:
<<https://www.ems.com.br/responsabilidade-social-ems-farmaceutica.html>>. Acesso
em: 08 nov. 2017.
- ETHOS. **O Instituto**. 2016. Disponível em: <[https://www3.ethos.org.br/conteudo/
sobre-o-instituto/#.Wvy284gvzIU](https://www3.ethos.org.br/conteudo/
sobre-o-instituto/#.Wvy284gvzIU)>. Acesso em: 26 out. 2017.
- _____. **Glossário**. 2017. Disponível em: <[https://www3.ethos.org.br/wp-
content/uploads/2017/06/Gloss%C3%A1rio-2017.pdf](https://www3.ethos.org.br/wp-
content/uploads/2017/06/Gloss%C3%A1rio-2017.pdf)>. Acesso em: 09 maio 2018
- EUROFARMA. **Relatório Anual**. 2017. Disponível em:
<<http://www.eurofarma.com.br/relatorio-anual/>>. Acesso em: 08 fev. 2018.
- FAVORETTO, J; FRANÇA, A; STEINER NETO, P. Estratégias de comunicação da
responsabilidade social corporativa na internet: análise comparativa dos conteúdos
dos websites das empresas no Brasil. In: ENCONTRO DA ANPAD, 35., 2011, Rio de
Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2011. Disponível em:
<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO1732.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

FRANCISCHINI, A. S. N. et al. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. 4. ed. São Paulo: Peirópolis, 2005.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times**, New York, 13 Sep. 1970. A Friedman doctrine. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>> Acesso em: 09 set. 2017.

GSK. **Responsible Business Supplement**. 2017. Disponível em: <<https://www.gsk.com/media/4756/responsible-business-supplement-2017.pdf>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

GRI. **G4 Diretrizes para relatório de sustentabilidade**. nov. 2015. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G4-Part-One.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

HASTENREITER, F. Responsabilidade social empresarial (RSE): compromisso com a sociedade? **Revista espaço acadêmico**, Maringá, v. 11, n. 128, p.70-78, jan. 2012.

HYPERA PHARMA. **Relatórios Anuais**. 2018. Disponível em: <<http://hypera.riweb.com.br/listgroup.aspx?idCanal=QZ/jbLzTKnySm0VRUQVXlw==>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

INMETRO. **ISO 26000**. [2018]. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 12 abr. 2018.

INTERFARMA. Guia Interfarma. **Dados do setor**. 2017a. Disponível em: <<https://www.interfarma.org.br/guia/guia-2017/dados-do-setor#ranking-de-fabricantes>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

_____. **Relatório de Sustentabilidade**. 2017b. Disponível em: <<https://www.interfarma.org.br/public/files/biblioteca/relatorio-de-sustentabilidade-2017-interfarma.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

IRIGARAY, H. A. R.; VERGARA, S. C.; ARAUJO, R. G. Responsabilidade social corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. **O&S**, Salvador, v. 24, n. 80, p. 73-88, jan./mar. 2017.

JOHNSON & JOHNSON. **Citizenship & Sustainability Report**. 2012. Disponível em: <<https://www.jnjbrasil.com.br/sustentabilidade>>. Acesso em: 31 mar. 2018.

LIBBS. **Código de Conduta**. 2017. Disponível em: <<https://www.libbs.com.br/wp-content/uploads/2017/12/C%C3%B3digo-de-Conduta-2017.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2018.

MSD. **Ações Sociais**. 2017. Disponível em: <<http://www.corporativo.msdonline.com.br/responsabilidade->

corporativa/compromisso_MSD_com_meio_ambiente.xhtml>. Acesso em: 12 nov. 2017.

NOVARTIS. **Cidadania Corporativa**. 2017. Disponível em: <<https://www.novartis.com.br/cidadania-corporativa>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

OMETTO, M. P.; BULGACOV, S.; MAY, M. R. A efetividade dos estrategistas da responsabilidade social empresarial. **O&S**, Salvador, v. 22, n. 74, p. 423-442, jul./set. 2015.

ONU. **The power of principles**. [2018]. Disponível em: <<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>>. Acesso em: 14 mar. 2018.

PATROCÍNIO, B.; COHEN, M. A institucionalização da responsabilidade social corporativa na indústria farmacêutica: três estudos de caso. **Organizações e Sustentabilidade**, Londrina, v. 4, n. 1, p. 49-83, jan./jun. 2016.

PFIZER. **Responsabilidade Social**. 2017. Disponível em: <<http://www.pfizer.com.br/responsabilidade-social/compromisso-social-pfizer>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

SANOFI. **Relatório de Responsabilidade Corporativa**. 2016. Disponível em: <<http://www.sanofi.com.br/l/br/pt/layout.jsp?scat=E5959B9F-CD7C-4143-8642-395A7613696C>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

SILVA, E.; FREIRE, O.; SILVA, F. Indicadores de Sustentabilidade como Instrumentos de Gestão: Uma Análise da GRI, ETHOS e ISE. **GeAS - Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, Vol. 3, n.1, p. 130-148, jan./abr. 2014.

SILVA, M. E. A estratégia de responsabilidade social e a transição para sustentabilidade. **Teoria e prática em administração**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 56-79, 2014.

SINDUSFARMA. **Dinâmicas e perspectivas do mercado farmacêutico e consumer health**. 2017. Disponível em: <http://sindusfarma.org.br/arquivos/sydney-clark-quintilesims_ago2017.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2018.

_____. **Indicadores Econômicos**. [2018]. Disponível em: <http://sindusfarma.org.br/cadastro/index.php/site/ap_indicadores>. Acesso em: 12 maio 2018.

TAKEDA. **Sustainable Value Report**. 2017. Disponível em: <https://www.takeda.com/siteassets/system/csr/sustainable-value-report/report_2017_en.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2018.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.