

O relato de sustentabilidade, o técnico oficial de contas e a OTOC

Conheça as principais questões em torno do relato de sustentabilidade e o porquê de se defender a integração desta área no role de atribuições e competências do TOC.

Por **António Henriques Martins Guerreiro*** | Artigo recebido em agosto de 2013

As questões da sustentabilidade, como fonte de vantagem competitiva das organizações, são amplamente reconhecidas na literatura nos domínios da gestão empresarial (Porter & Kramer, 2006; Porter & Reinhardt, 2007), constituindo no campo académico uma linha de investigação atual e em franco desenvolvimento em diversas áreas científicas. A inclusão de preocupações de âmbito social e ambiental, a par da vertente económica, nas estratégias empresariais é encarada como fator potenciador de um desempenho superior, proporcionando uma maior probabilidade de prosperar no longo prazo, pelas relações de confiança e parceria que a empresa estabelece com os seus *stakeholders*.

A definição mais comum de desenvolvimento sustentável data de 1987 e consta no Relatório Brundtland (WCED 1987), descrevendo-o como aquele que «satisfaz as necessidades do presente, sem

comprometer as capacidades das gerações futuras para satisfazer as suas próprias necessidades.» Como forças fundamentais na sociedade, as organizações em geral e as empresas em particular, têm um papel central a desempenhar na obtenção de tão almejado desenvolvimento.

A Comissão Europeia (2001) refere que no contexto empresarial ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais – implica ir mais além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais.

Ainda de acordo com o referido documento, o impacto económico da responsabilidade social das empresas traduz-se em efeitos diretos e indiretos. Os resultados positivos diretos podem derivar, por exemplo, de um melhor ambiente de trabalho, levando a um maior empenhamento e uma maior produtividade dos trabalhadores, ou

de uma utilização mais eficaz dos recursos naturais. Os efeitos indiretos são consequência da crescente atenção dos consumidores e dos investidores, o que aumentará as oportunidades de mercado. Inversamente, as críticas dirigidas à prática de uma empresa poderão, por vezes, ter um efeito negativo sobre a sua reputação, afetando ativos fundamentais – as suas marcas e a sua imagem.

A ideia de que as empresas têm *stakeholders* tornou-se um lugar-comum na literatura em gestão, quer nos domínios académicos quer a nível profissional (Donaldson & Preston, 1995).

O paradigma dominante da governação empresarial sustenta que aqueles que investem o seu capital em qualquer tipo de negócio e, por essa via, aqueles que arriscam perder o seu investimento em parte ou na sua totalidade, têm o direito (e a obrigação) de gerir o negócio em que investiram. Estes podem, eles próprios, governar os destinos

dos negócios, ou em alternativa fazendo-o com o suporte de agentes (gestores) por eles nomeados. Este entendimento dos direitos dos proprietários é «basicamente uma mera extensão do seu direito natural de posse da sua propriedade privada» (Etzioni 1998, p. 680).

A chama da discussão em torno da governação empresarial tem sido alimentada pela observação de que proprietários e agentes (gestores) podem ter interesses conflituosos mesmo entre eles, facto que conduziu ao desenvolvimento da teoria de agência (Jones 1995), e a uma discussão intensa em torno da problemática da governação das empresas como tal.

A simples perspetiva económica da governação da empresa, ainda que tenha recebido algum suporte através das práticas e discussão em torno da problemática da criação de valor para o acionista, foi seriamente colocada em questão sob diversos pontos de vista.

A *performance* da empresa, questões de poder e privilégios, bem como a capacidade de as empresas para responderem apropriadamente aos futuros problemas da sociedade estão no centro das críticas (Alkhafaji, 1989).

A stakeholder theory

No que diz respeito à governação da empresa, existem claramente mais indivíduos e grupos que têm algo importante em jogo (em risco) do que apenas os proprietários e gestores. Para além disso, não é apenas o que está em jogo mas também os potenciais conflitos de interesse. A *stakeholder theory* (ST) tem por objeto a descrição, prescrição e obtenção de alternativas para a governação das empresas que inclua esta multiplicidade de interesses com o

A gestão estratégica do setor privado pode tornar-se bastante mais efetiva e eficiente, caso os esforços da gestão levem em consideração os anseios e expectativas dos vários *stakeholders* da empresa.

devido equilíbrio entre eles (Scholl, 2001).

As práticas de gestão sofreram muitas inovações, tendo as empresas sofrido processos de reestruturação. Recursos humanos com formação recente desempenhando funções enriquecidas implementaram práticas de trabalho inovadoras, incluindo a melhoria contínua, a reengenharia, *just-in time* e a gestão da qualidade total. Muitas dessas inovações alteraram, fundamentalmente, as relações que se estabelecem entre a organização e os seus colaboradores, clientes, fornecedores e outros *stakeholders* (Atkinson, et al. 1997).

Recursos intangíveis, difíceis de mensurar, dirigem a criação de valor em muitas empresas. Consequentemente, as métricas tradicionais de *performance* baseadas em preços de transação (mercado) são consideradas, sob este ponto de vista, menos relevantes.

A obra de referência no campo da *Stakeholder Theory* publicada por Freeman (1984), intitulada *Strategic management: A stakeholder approach*, proporcionou uma sólida e duradoura fundação para os muitos

esforços contínuos tendo em vista a definição e conceção de modelos de *stakeholders*, grelhas de análise e teorias.

De acordo com o seu trabalho, a gestão estratégica do setor privado pode tornar-se bastante mais efetiva e eficiente, caso os esforços da gestão levem em consideração os anseios e expectativas dos vários *stakeholders* da empresa. Dito de outro modo, os acionistas tenderão a beneficiar no longo prazo quando os interesses legítimos dos demais *stakeholders* não são ignorados.

Turunen (2001) foca a atenção na identificação dos grupos de *stakeholders* relevantes e suas expectativas, ao descrever o pensamento inerente a esta teoria. Em termos simples, a descrição dos *stakeholders* pode ser considerada um guia que auxilia um viajante a alcançar o seu destino.

Na perspetiva de Scholl (2001) as origens da teoria foram concebidas em ordem a proporcionar aos gestores uma alavanca para o desenvolvimento de estratégias mais equilibradas e robustas que reflitam as mudanças no interior das organizações e no seu meio envolven-

A adoção de relatórios de sustentabilidade por razões de melhoria de imagem e aumento de reputação da firma, com a sua consequente exploração como instrumento de *marketing*, desvirtua o conceito de sustentabilidade e da sua incorporação nas estratégias empresariais, não produzindo resultados no longo prazo.

te. A empresa é encarada como um eixo de uma roda (cubo) cujos raios representam os vários *stakeholders*, os quais se encontram basicamente equidistantes da mesma.

Dito de outro modo, a ST é em parte orientada para o interior (empregados, gestores), mas também orientada ao exterior, ou seja, os restantes *stakeholders* da organização, pelo que os gestores devem, de acordo com esta perspetiva, olhar não só para as suas empresas, mas também para o meio que as rodeia.

Sem surpresa, a *stakeholder theory* (particularmente na sua vertente normativa, também designada por ética empresarial), gerou um coro de críticas por parte de alguns economistas sonantes. No início da década de 70, Milton Friedman (1970) publicou um artigo no *New York Times Magazine*, frequentemente citado na literatura, onde tornou o seu ponto de vista bastante claro ao afirmar «a responsabilidade social da empresa é aumentar os seus lucros.»

Scholl (2001) apresenta duas linhas distintas de investigação que vêm sendo desenvolvidas no que concerne ao tema dos *stakehol-*

ders: uma primeira que designa de «instrumental» ou das ciências sociais, e uma outra que apelida de *business ethics*.

A primeira vertente (instrumental) vê-se ela própria parte integrante dos estudos da organização (ciências da organização), sobrepostos pela teoria de agência, *network theory*, a *resourced based theory*, entre outras. Na perspetiva do autor, esta linha procura empregar o rigor metodológico da investigação.

A linha apelidada de *business ethics* emprega meios diferentes, pretendendo alcançar fins diversos da primeira. Ela assume que cada *stakeholder* da empresa possui um valor intrínseco não obstante o seu poder atual ou direitos legais. Ela procura a formulação de normas éticas corretas para regular o comportamento da gestão.

As diversas definições para *stakeholder*

A definição de *stakeholder* é apresentada de diversas formas, alguns preferem uma definição em sentido mais estrito, outros deliberadamente mantêm um escopo bem mais lato

desta noção. A noção clássica e mais frequentemente citada é a de Freeman (1984, p. 46): «Um *stakeholder* numa organização é qualquer grupo ou indivíduo, que pode afetar ou é afetado pela obtenção dos objetivos dessa organização.»

Esta definição tem sido aceite e, simultaneamente, criticada por alguns. Enquanto a linha de investigação denominada por *business ethics* prefere geralmente um conceito mais lato de *stakeholder*, a linha instrumental favorece uma noção mais em sentido estrito do termo.

Para Mitchell *et al.* (1997, p. 857) o uso do risco como segunda propriedade definidora do conceito de interesse numa organização auxilia a «estreitar o campo dos *stakeholders* àqueles que possuem interesses legítimos, independentemente do seu poder para influenciar a empresa ou a legitimidade da sua relação com a organização.» Numa abordagem similar, Alkhafaji (1989) sugeriu focar a definição de *stakeholder* apenas naqueles grupos que detêm um interesse adquirido na sobrevivência da empresa.

Atkinson *et al.* (1997) definem o termo *stakeholder* como um indivíduo ou grupo, dentro ou fora da organização, que possui interesses ou pode influenciar a performance da organização. Embora potencialmente todas as empresas possam ter diferentes conjuntos de *stakeholders*, qualquer uma detém geralmente cinco grupos de *stakeholders* proeminentes: os clientes, os colaboradores, os fornecedores, os proprietários e a comunidade.

Clarkson (1995) define o conceito de *stakeholder* como as pessoas ou grupos que têm, ou reclamam, a propriedade, direitos, ou outros interesses numa empresa e na sua atividade, passada, presente

ou futura. Tais direitos ou interesses reclamados são o resultado de transações com, ou ações tomadas pela empresa, podendo ser legais ou morais, individuais ou coletivas. *Stakeholders* com os mesmos interesses, exigências ou direitos podem ser classificados como pertencendo a um mesmo grupo: empregados, acionistas, clientes, etc. Este autor identifica duas categorias distintas de grupos de *stakeholders*: primários e secundários.

Um grupo de *stakeholders* primário é considerado como aquele em que a ausência da sua participação continuada pode colocar em risco a sobrevivência da própria empresa. Os grupos de *stakeholders* primários compreendem usualmente os proprietários e investidores, empregados, clientes e fornecedores, bem como o grupo de *stakeholders* público: o governo e a comunidade, que providenciam as infraestruturas, os mercados, leis e regulação, e a quem são devidos impostos e outras obrigações. Existe um elevado nível de interdependência entre a empresa e o seu grupo primário de *stakeholders*.

Os grupos de *stakeholders* secundários são definidos como aqueles que influenciam ou afetam, ou são influenciados ou afetados pela atividade desenvolvida pela empresa, mas não efetuam diretamente transações com a empresa nem são essenciais à sua sobrevivência (por exemplo, a comunicação social).

A grelha de análise dos *stakeholders* proposta por Clarkson (1995) fornece a base para a seguinte definição de empresa e do seu objetivo:

- A empresa é um sistema composto pelos grupos de *stakeholders* primários;
- A sobrevivência e continuidade da lucratividade da empresa depende

da sua habilidade para cumprir os seus objetivos económicos e sociais, ou seja, criar e distribuir riqueza ou valor suficiente para assegurar que cada grupo primário de *stakeholders* continua a ser parte integrante do sistema;

- Qualquer falha na retenção da participação de um grupo primário de *stakeholders* resultará na falência do sistema (empresa) inviabilizando a sua continuidade (sobrevivência);

- A falha na retenção da participação de um grupo primário de *stakeholders* será o resultado da:

- Incapacidade da empresa para criar e distribuir riqueza ou valor suficiente para satisfazer um ou mais grupos primários de *stakeholders*, ou;

- Distribuição acrescida de riqueza ou valor a um grupo primário de *stakeholders* às expensas de outro(s) grupo(s) primário(s), causando a sua insatisfação e a sua retirada do sistema;

- O falhanço ou sucesso pode ser um processo moroso. A grelha de análise da teoria pode ser usada para proporcionar informação, financeira e não financeira, que pode indicar se a insatisfação dos *stakeholders* espolteou o processo de rutura ou se, pelo contrário, a sua satisfação aponta em direção ao sucesso.

Segundo esta perspetiva, a empresa pode ela própria ser definida como um sistema de grupos de *stakeholders* primários, um conjunto complexo de relações entre (e intra) grupos de interesse com diferentes direitos, objetivos, expectativas e responsabilidades. A sobrevivência da organização e a continuidade do seu sucesso está dependente da capacidade dos seus gestores para que seja criada a riqueza, valor ou satisfação suficiente para todos aque-

les que pertencem a cada grupo de *stakeholders*, de modo a que cada grupo continue a ser parte integrante do sistema de *stakeholders* da empresa.

Caso um grupo de *stakeholders* primário, tal como os clientes ou os fornecedores, se torne insatisfeito e se retire na totalidade ou em parte do sistema de uma dada empresa, esta sofrerá severos danos podendo mesmo ser incapaz de continuar a desenvolver a sua atividade.

O insucesso na retenção da participação de um grupo de *stakeholders* primário resultará na falha do sistema.

Embora a sobrevivência empresa não esteja dependente destes grupos secundários (de *stakeholders*), estes podem, no entanto, causar danos significativos na empresa. Tal como referido por Freeman (1984, p. 53): «Alguns grupos podem ter simplesmente um objetivo de interferir com as operações da nossa empresa. Por exemplo, algumas empresas devem considerar “grupos terroristas” como seus *stakeholders*. Por muito indesejado que seja admitir que tais grupos “ilegítimos” possam ter algum tipo de interesses no nosso negócio, do ponto de vista da gestão estratégica, eles têm de ser considerados.»

Os *stakeholders* secundários podem opor-se às políticas ou programas implementados pela empresa para satisfazer as suas responsabilidades perante os grupos primários de *stakeholders* ou satisfazer as suas necessidades ou expectativas.

Donaldson & Preston (1995) apresentam a ST como apresentando uma tripla vertente: descritiva, instrumental e normativa.

A *stakeholder theory* é considerada descritiva, na medida em que nos oferece um modelo que descreve

O relatório de sustentabilidade deverá cobrir, no mínimo, as entidades na cadeia de valor sobre as quais a organização relatora tenha controlo/influência significativa e/ou que tenham impactos significativos.

a empresa, apresentando-a como uma constelação de interesses cooperativos e conflituantes, todos eles possuindo valor intrínseco.

É também considerada instrumental (Jones 1995), dado que estabelece uma grelha de análise para examinar as relações, caso existam, entre práticas de gestão (de *stakeholders*) e a obtenção de determinadas metas em termos de performance da organização. O principal foco de interesse tem sido a proposição (hipótese) segundo a qual as empresas que praticam uma gestão de *stakeholders* serão, *ceteribus paribus*, mais bem sucedidas em termos de performance convencional (lucratividade, estabilidade, crescimento, ...). Embora Donaldson & Preston (1995) considerem que estes são aspetos significativos da stakeholder theory (ser descritiva e instrumental), argumentam que a base fundamental da teoria é normativa, envolvendo a aceitação das seguintes ideias:

- Os *stakeholders* são pessoas ou grupos com interesses legítimos em aspetos procedimentais e/ou substantivos da atividade da empresa. Eles são identificados pelos seus interesses na empresa, independentemente de esta ter ou não um interesse funcional correspondente neles;
- Os interesses de todos os *stakeholders* têm um valor intrínseco. Dito

de outra forma, cada grupo de *stakeholders* merece consideração por si só, e não meramente pela sua capacidade de promover os interesses de quaisquer outros grupos, designadamente os acionistas.

Estes autores referem também que a ST é uma teoria de administração no sentido lato do termo: ela não só descreve situações existentes ou prediz relações de causalidade, mas também recomenda atitudes, estruturas e práticas as quais, em conjunto, constituem aquilo que designam por gestão dos *stakeholders*. Para Donaldson & Preston (1995) a gestão dos *stakeholders* requer, como atributo chave, atenção simultânea aos interesses legítimos de todos os *stakeholders*, quer no estabelecimento das estruturas organizacionais e políticas gerais da empresa, bem como no processo ordinário de tomada de decisão.

A teoria também não implica que todos os *stakeholders*, não obstante serem todos identificados, devam ser igualmente envolvidos em todos os processos e decisões da empresa. Na perspetiva da *Global Reporting Initiative* (GRI 2006) a urgência e a magnitude dos riscos para a nossa sustentabilidade e a grande disponibilidade de opções e oportunidades tornarão a transparência sobre os impactos económicos, ambientais e sociais, uma componente

fundamental para que haja eficácia nas relações com os *stakeholders*, nas decisões de investimento e em outras relações com o mercado.

O relato de sustentabilidade

Gostaria de focalizar esta reflexão não nas questões da sustentabilidade propriamente ditas, mas sim na necessidade que as empresas sentem de comunicar as ações e os resultados das suas estratégias de sustentabilidade, ou seja a divulgação ou o relato da sustentabilidade, da mesma forma que o fazem com a informação de cariz contabilística.

A elaboração de relatórios de sustentabilidade é a prática de medir, divulgar e prestar contas aos *stakeholders* internos e externos do desempenho organizacional visando o desenvolvimento sustentável (GRI 2006). Trata-se de um documento que deve oferecer uma descrição equilibrada e sensata do desempenho de sustentabilidade da organização, incluindo quer informações positivas quer negativas. Tal como a tradicional prestação de contas, o relatório de sustentabilidade deve divulgar os resultados obtidos dentro do período relatado (normalmente anual), no contexto dos compromissos, da estratégia e da forma de gestão da organização. O relatório de sustentabilidade deverá cobrir, no mínimo, as entidades na cadeia de valor sobre as quais a organização relatora tenha controlo/influência significativa e/ou que tenham impactos significativos.

A divulgação de informação financeira e não financeira comporta não só uma fonte de redução de custos operacionais e financeiros, mas também responde a um leque mais variado de *stakeholders* que encontram na informação financeira e

não financeira, sobretudo nesta última, fatores cada vez mais importantes de tomada de decisões aos mais diversos níveis, que afetam a vida das empresas.

A elaboração de relatórios de sustentabilidade é um processo contínuo e uma ferramenta dinâmica que não se conclui na apresentação de uma publicação impressa ou *online* do mesmo. Pelo contrário, é algo que deve estar integrado num processo mais abrangente da definição da estratégia, da implementação de planos de ação e de análise de resultados. A elaboração de relatórios permite uma avaliação consistente do desempenho da organização, permitindo uma melhoria contínua do desempenho no futuro.

A adoção de relatórios de sustentabilidade por razões de melhoria de imagem e aumento de reputação da firma, com a sua consequente exploração como instrumento de *marketing*, desvirtua o conceito de sustentabilidade e da sua incorporação nas estratégias empresariais, não produzindo resultados no longo prazo. Este tipo de abordagem vem fazendo com que encontremos com frequência gabinetes de imagem e *marketing* das empresas, ou consultoras em *outsourcing* a produzir estes documentos, por vezes apenas com informação de natureza descritiva.

A sistematização da informação, a diversidade das fontes, a conceção e operacionalização de um sistema que recolha, processe e armazene toda esta multiplicidade de informação, são alguns dos problemas relatados nos processos de implementação de divulgação da sustentabilidade. Tal como a contabilidade financeira tem em vista a apresentação da «imagem verdadeira e apropriada» da posição da

empresa, também o relato de sustentabilidade deve prosseguir um desiderato semelhante, devendo existir mecanismos para que esta informação e respetivos relatórios possam ser suscetíveis de serem auditados interna ou externamente, tendo em vista o incremento da sua credibilidade.

Trata-se de um tema em evolução não existindo atualmente, como acontece na informação financeira, uma abordagem padronizada globalmente aceite e utilizada, não obstante os importantes desenvolvimentos levados a cabo por algumas instituições internacionais tais como a *Global Reporting Initiative* (GRI) que tem desenvolvido um conjunto de *guidelines* visando essa mesma harmonização na divulgação da sustentabilidade.

Esta organização apresenta-se como uma entidade de referência na abordagem do tema do relato de sustentabilidade (Lopes 2012). A sua importância deriva das possibilidades oferecidas nas suas diretrizes para estimular, orientar e apoiar as organizações que pretendem usar este novo tipo de comunicação com os seus *stakeholders* (Moneva *et al.*, 2006).

A missão da GRI

A GRI nasceu em 1997, da iniciativa conjunta da organização não governamental americana *Coalition for Environmentally Responsible Economics* (CERES) e o Programa Ambiental das Nações Unidas (UNEP - *United Nations Environmental Programme*). Tendo-se tornado independente em 2002, a GRI é, atualmente um centro de colaboração oficial do UNEP. Enquanto instituição independente em que participam múltiplos *stakeholders*, a GRI conta com o contributo ativo

de representantes das áreas da contabilidade, investimento, ambiente, direitos humanos, investigação e organizações laborais de várias partes do mundo.

A missão desta organização passa pelo desenvolvimento de uma estrutura robusta para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, que possa ser livremente utilizada por organizações de todas as dimensões, setores de atividade, nos quatro cantos do mundo, tendo em vista a transparência da comunicação com os *stakeholders*, relativamente aos impactos económicos, sociais e ambientais das suas atividades.

Tal como a contabilidade financeira compreende um conjunto de princípios (continuidade, regime do acréscimo, consistência, materialidade, compensação,...) que devem ser respeitados pelo universo das organizações que têm o dever de prestar contas e a informação financeira deve reunir um conjunto de qualidades desejáveis (compreensibilidade, relevância, fiabilidade, comparabilidade,...), a versão 3 (apelidada de G3) das diretrizes da GRI (GRI 2006) apresenta também um conjunto de princípios que deve nortear o conteúdo de um relatório de sustentabilidade, a saber:

- Materialidade;
- Inclusão de *stakeholders*;
- Contexto da sustentabilidade;
- Plenitude (abrangência).

Tendo em vista a obtenção de informações e, conseqüentemente, um relatório de sustentabilidade de qualidade, devem ser perseguidos os seguintes princípios (GRI 2006):

- Equilíbrio;
- Comparabilidade;
- Exatidão;
- Periodicidade (atualidade);
- Transparência (clareza);
- Fiabilidade.

Esta organização propõe nas suas orientações (GRI 2006) um conjunto de 79 indicadores (49 essenciais e 30 adicionais), repartidos pelas dimensões económica (7 essenciais e 2 adicionais), ambiental (17 essenciais e 13 adicionais) e social (25 essenciais e 15 adicionais), encontrando-se esta última dimensão subdividida em indicadores de trabalho, direitos humanos, de sociedade e de produto.

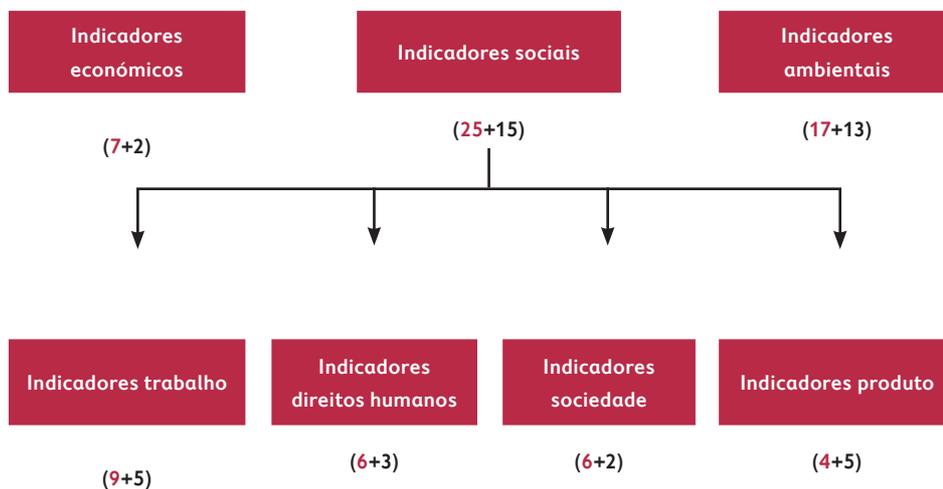
e aprendizagem, a motivação dos colaboradores, a gestão do risco, o acesso a fontes de capital, a reputação e a quota de mercado são as principais motivações referidas pelas empresas inquiridas.

Foram identificados como principais benefícios associados à publicação de relatórios de sustentabilidade:

- A melhoria do desempenho operacional e de gestão;
- A obtenção de confiança por parte

permita a elaboração regular e publicação de relatórios de sustentabilidade foram relatados o custo e constrangimentos ao nível dos recursos disponíveis, a necessidade de recursos adicionais, a inexistência de indicadores, a situação de empresas pertencentes a um grupo com várias subsidiárias, a inexistência de um departamento de ambiente/sustentabilidade, custos com a verificação externa do relatô-

Figura 1 | Indicadores de sustentabilidade (GRI 2006)



Para indicar que um relatório é baseado na GRI, os relatores devem declarar o nível em que aplicaram a estrutura de Relatórios da GRI por meio do sistema de «níveis de aplicação.»

Quanto aos níveis de aplicação previstos, eles são três, do menos exigente (nível C) para o mais exigente (nível A) com ou sem validação externa (que implica a inclusão de um “+” na explicitação do nível de aplicação das diretrizes GRI).

Num inquérito levado a cabo junto de empresas portuguesas pela KPMG (2006), os aspetos económicos, questões éticas, de inovação

de investidores e instituições financeiras;

- Melhoria da reputação da empresa;
- Cumprimento de exigências externas e/ou internas;
- Melhoria da gestão do risco;
- A capacidade de comparar desempenhos;
- Aumento do controlo sobre informação ambiental;
- Criação de oportunidades de mercado;
- Capacidade de atrair e manter talentos.

Como principais dificuldades à implementação de um sistema que

rio, falta de envolvimento da gestão de topo, a necessidade de transparência na informação a publicar e a aprovação da gestão de topo.

Num outro estudo levado a cabo pelo Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (BCSD Portugal) em 2006, são ainda apresentadas como dificuldades à instituição da prática de relato de sustentabilidade a sistematização da informação, a definição da política de sustentabilidade da empresa, a obtenção do desejado equilíbrio entre as três vertentes (económica, social e ambiental), a obtenção de

Figura 2 | Níveis de aplicação das diretrizes GRI G3 (2006)



feedback da parte dos stakeholders e a mudança de mentalidades.

O papel do técnico oficial de contas e da OTOC

O relato de sustentabilidade tem tido a atenção da área científica da Contabilidade, tendo já proporcionado algum trabalho de investigação nos últimos anos de inquestionável acuidade (Dias 2009a, 2009b; Lopes 2012).

No entanto, fica por responder uma questão central em toda esta temática: quem deve assumir o papel central nas questões da preparação e divulgação do (relato) da sustentabilidade? Deve permanecer no domínio dos gabinetes de imagem e marketing? Contratar consultoras especializadas em sustentabilidade que produzem relatórios bem elaborados (fonte de melhoria de imagem e aumento de reputação da empresa)? E as micro, pequenas e médias empresas, que representam mais de 98 por cento do tecido em-

presarial português, sem recursos internos ou capacidade para contratar externamente?

Do meu ponto de vista existe em todos os casos, independentemente da dimensão da empresa, um profissional nos quadros ou em regime de avença, que conhece profundamente a atividade e as operações, o quadro económico, social e ambiental em que elas operam, e tem uma larga experiência na conceção e manutenção de um sistema de informação (a contabilidade financeira) que permite o registo dos factos patrimoniais da empresa e que viabiliza o cumprimento das suas obrigações legais em matéria de relato financeiro, e obrigações fiscais: o técnico oficial de contas.

Tal como o Bastonário da OTOC refere diversas vezes em público, de que frequentemente o TOC é o único técnico superior com quem as empresas (PME) mantêm algum tipo de vínculo e que as apoia no seu dia-a-dia, para que estas pos-

sam relatar sustentabilidade e tirar partido deste novo tipo de estratégias empresariais, a participação ativa do TOC neste processo mais do que inevitável, ela constitui uma oportunidade para os TOC. Oportunidade para aqueles que exercem a sua profissão por conta de outrem, de enriquecerem a sua função e terem um papel mais ativo e central na vida da empresa. Para os que a exercem de modo liberal ou em empresas de contabilidade podem ver nesta oportunidade a possibilidade de acrescentar valor à sua carteira de serviços a oferecer aos clientes, permitindo estreitar e sedimentar as relações entre o TOC e o empresário.

À OTOC fica reservado o papel de sensibilizar a classe para esta mudança de paradigma na gestão empresarial que se traduz na oportunidade de enriquecer as funções do TOC, no desenvolvimento das ações de formação necessárias, e na defesa da integração do relato de sustentabilidade no leque de funções, responsabilidades e atribuições da profissão de técnico oficial de contas.

Desde 2007 que o mestrado em Gestão – Área de especialização em Contabilidade, da Universidade de Évora, vem oferecendo na sua estrutura curricular a disciplina de Relato Financeiro e de Sustentabilidade. Os alunos, parte deles TOC, são desafiados a explorarem este mundo do relato de sustentabilidade e a abraçarem este desafio. ✂

*Professor auxiliar no dep. de Gestão da Universidade de Évora
TOC n.º 15 357

Bibliografia disponível em («A Ordem – Publicações – Revista TOC – Bibliografia»)