

IV

CONGRESSO DOS TOC uma nova atitude

**O Relato de Sustentabilidade,
o Técnico Oficial de Contas e a OTOC**

António Henriques Martins Guerreiro

30/06/2012



OTOC
ORDEM DOS TÉCNICOS
OFICIAIS DE CONTAS

14 e 15 de setembro

Pavilhão Atlântico

O Relato de Sustentabilidade, O Técnico Oficial de Contas e a OTOC

António Henriques Martins Guerreiro

Professor Auxiliar

Departamento de Gestão | Universidade de Évora

ahmg@uevora.pt

Membro da Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas nº 15357

Resumo: Tendo presente as questões do desenvolvimento sustentável, da responsabilidade social empresarial e da necessidade das estratégias empresariais deverem levar em consideração os diversos *stakeholders* da organização por forma a assegurar a sua própria sustentabilidade, são apresentadas as principais questões em torno do relato de sustentabilidade, defendendo-se a integração desta área técnica no role de atribuições e competências do Técnico Oficial de Contas, como um novo espaço de intervenção profissional.

Palavras-Chave: Relato de sustentabilidade, *Global Reporting Initiative (GRI)*, TOC.

1. Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial

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 Brundland (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).

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 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 sector 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

envolvente. 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 *stakeholders*: 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 '*resource 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.

A definição de *stakeholder* é apresentada de diversas formas, alguns preferem uma definição em sentido mais estrito, outros deliberadamente mantém 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 que 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 "estretar 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 infra-estruturas, 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 (ex.: 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:

1. A empresa é um sistema composto pelos grupos de *stakeholders* primários;
2. A sobrevivência e continuidade da lucratividade da empresa depende da sua habilidade para cumprir os seus objetivos económico e social, ou seja criar e distribuir riqueza ou valor suficiente para assegurar que cada grupo primário de *stakeholders* continua a ser parte integrante do sistema;

3. Qualquer falha na retenção da participação de um grupo primário de *stakeholders* resultará na falência do sistema (empresa) inviabilizando a sua continuidade (sobrevivência);
4. A falha na retenção da participação de um grupo primário de *stakeholders* será o resultado da:
 - a. Incapacidade da empresa para criar e distribuir riqueza ou valor suficiente para satisfazer um ou mais grupos primários de *stakeholders*, ou;
 - b. 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;
5. 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 indiciar se a insatisfação dos *stakeholders* despoletou 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 aqueles 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 a empresa, apresentando-a como uma constelação de interesses cooperativos e conflitantes, 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:

- a) 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;
- b) 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 perspectiva 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.

2. 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 conseqüente 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 *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 (apelada de G3) das diretrizes da *GRI* (*GRI* 2006) apresentam também um conjunto de princípios que devem 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.

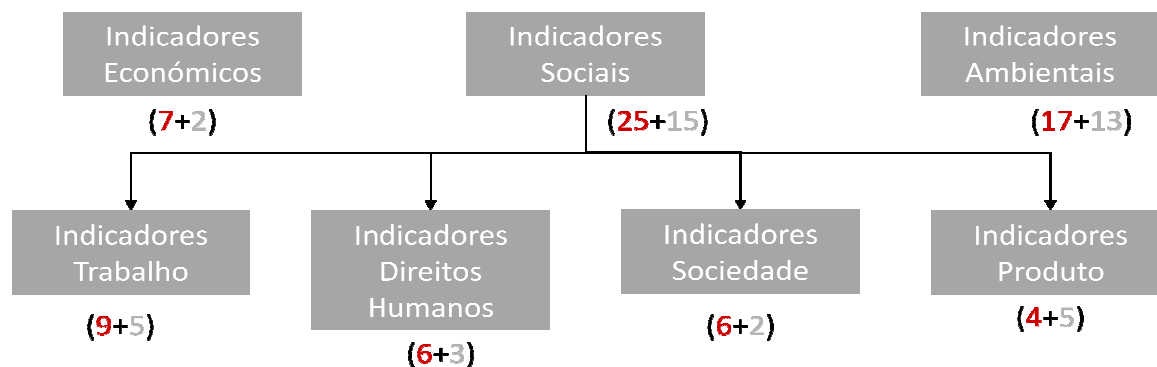


Figura 1: Indicadores de sustentabilidade (GRI 2006)

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*).

Símbolos dos diferentes níveis de aplicação

		2002						
		De acordo com	C	C+	B	B+	A	A+
Obrigatório	Auto declaração							✓
	Verificado por entidade externa							
Opcional	Verificado pelo GRI							

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

Num inquérito levado a cabo junto de empresas portuguesas pela KPMG (2006), os aspetos económicos, questões éticas, de inovação 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 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 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 relatório, 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 *feedback* da parte dos *stakeholders*, e a mudança de mentalidades.

3. Considerações finais: 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 (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 sensivelmente 98% do tecido empresarial 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 Sr. Bastonário da OTOC refere diversas vezes em público, que frequentemente o TOC é o único técnico superior com que as empresas (PME's) mantêm algum tipo de vínculo e que as apoia no seu dia-a-dia, para que estas possam relatar sustentabilidade e tirar partido deste novo tipo de estratégias empresariais, a participação ativa do TOC neste processo mais do 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, os que a exercem de modo liberal ou em empresa 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 na minha perspetiva, 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.

Bibliografia

- Alkhafaji, A. (1989): “A stakeholder approach to corporate governance: managing in a dynamic environment”, Quorum Books, Nova Iorque.
- Atkinson, A.; Waterhouse, J. e Wells, R. (1997): “A stakeholder approach to strategic performance measurement”, Sloan Management Review, Spring, pp. 25-37.
- BCSD Portugal (2006): “Relatórios de Sustentabilidade: Motivações e impactos”, Lisboa, Portugal.
- Clarkson, M. (1995): “A stakeholder framework for analysing and evaluating corporate social performance”, The Academy of Management Review, Vol. 20, Nº1, pp. 92-117.
- Comissão Europeia (2001): “LIVRO VERDE – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, Comissão Europeia, Bruxelas, Bélgica.
- Dias, A. (2009a): “O Relato da Sustentabilidade Empresarial: práticas em Portugal”, Dissertação de Mestrado, Universidade Aberta, Lisboa, Portugal.
- Dias, A. (2009b): “O Relato da Sustentabilidade Empresarial: Evidência Empírica nas Empresas Cotadas em Portugal”, Contabilidade e Gestão, Nº8, Novembro, pp. 111-150.
- Donaldson, T. e Preston, L. (1995): “The stakeholder theory of the corporation: Evidence and implications”, The Academy of Management Review, Vol. 20, Nº1, pp.65-91.
- Etzioni, A. (1998): “A communication note on stakeholder theory”, Business Ethics Quarterly, Vol. 8, Nº4, pp. 679-691.
- Freeman, R. (1984): “Strategic management: A stakeholder approach”, Pitman/Ballinger, Boston.
- Friedman, M. (1970): “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits”, New York Times Magazine, 13 Setembro.
- Global Reporting Initiative (2006): “Diretrizes para o Relatório de Sustentabilidade”, Versão 3 (G3).
- Jones, T. (1995): “Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics”, The Academy of Management Review, Vol. 20, Nº2, pp. 404-437.
- KPMG (2006): “Estudo da KPMG sobre a Publicação de Relatórios de Sustentabilidade em Portugal”, Lisboa, Portugal.
- Lopes, P. (2012): “O Relato de Sustentabilidade: o caso das empresas cotadas na Bolsa de Valores de Lisboa – Análise comparativa entre o ano de 2005 e o ano de 2008”, Tese de Mestrado, Universidade de Évora, Évora, Portugal.

Mitchell, R.; Agle, B. e Wood, D. (1997): “Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts”, *The Academy of Management Review*, Vol. 22, N°4, pp. 853-886.

Moneva, J.; Archel, P. E Correa, C.(2006): “GRI and the camouflaging of corporate unsustainability”, *Accounting Forum*, N°30, pp. 121-137.

Porter, M. e Kramer, M. (2006): “Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, *Harvard Business Review*, Vol. 84, N°12, Dezembro, pp. 78-92.

Porter, M. e Reinhardt, F. (2007): “A Strategic Approach to Climate”, *Harvard Business Review*, Vol. 85, N°10, Outubro, pp. 22-26.

Scholl, H. (2001): “Applying stakeholder theory to e-government: Benefits and limits”, *Proceedings of the 1st IFIP Conference on e-Commerce and e-Government*, Outubro, Zurique, Suíça.

Turunen, P. (2001): “Selecting evaluation methods for health care information systems – A stakeholder view”, *Doctoral Dissertation, Publications of Turku School of Economics and Business Administration*, Turku.

World Commission on Environment and Development (1987): “Our Common Future”, *Oxford University Press*.