



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

LÍGIA CRISTINA SILVA MAIA

**PRÁTICAS GERENCIAIS DE RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO NAS INDÚSTRIAS NA CIDADE DE
CAJAZEIRAS**

**SOUSA - PB
2009**

LÍGIA CRISTINA SILVA MAIA

**PRÁTICAS GERENCIAIS DE RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO NAS INDÚSTRIAS NA CIDADE DE
CAJAZEIRAS**

**Monografia apresentada ao Curso de
Ciências Contábeis do CCJS da
Universidade Federal de Campina
Grande, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharela em
Ciências Contábeis.**

Orientador: Professor Me. José Ribamar Marques de Carvalho.

**SOUSA - PB
2009**

**PRÁTICAS GERENCIAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: UM
ESTUDO NAS INDÚSTRIAS DA CIDADE DE CAJAZEIRAS-PB**

Esta Monografia foi julgada adequada para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora, delegada pela Coordenação do curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande – PB.

Banca examinadora:

Prof.º Msc. José Ribamar Marques de Carvalho
Orientador

Prof.º Esp. Fábio José Lira dos Santos

Prof.º Hipônio Fortes Guilherme

Sousa-PB

2009

Dedico a minha mãe, Josefa Sabino, pessoa mais importante na minha vida, a qual ofereço esta vitória.

AGRADECIMENTOS

Obrigado Deus, pelo dom da vida, da inteligência, da perseverança e da fé, por ter me dado condições, apoio e força, que me ajudou a seguir por este caminho que chegou ao fim. Com Tua grandiosidade me fez substituir aos poucos as incertezas pela segurança, e o medo pela vitória. Infinitos são os louvores e agradecimentos, pois com os teus ensinamentos irei sempre em frente por qualquer caminho! Obrigada Senhor!

Ao professor José Ribamar, pela sua orientação e incentivo diário, e claro suas broncas, que foram fundamentais no desenvolvimento deste trabalho. Obrigada por transmitir seus conhecimentos com muito carinho e paciência. Muito obrigada!

Em especial a minha mãe **Josefa**, que não é apenas uma mãe, mas um pai também, mais do que tudo ela é a minha razão de viver, sempre esteve ao meu lado, cuidando de mim, com amor e muita dedicação. Hoje, procuro entre as palavras aquela que melhor exprime o que sinto e só encontro uma: TE AMO! Obrigada! A você, minha mãe ofereço minha vitória.

Aos meus queridos irmãos **Alysson, Anderson e Gleice** que sempre estiveram do meu lado, me ajudando, me dando forças para seguir em frente. Muitas das vezes me buscaram querendo um abraço, contar um segredo ou apenas um sorriso, e eu não podia, mas sabem que dentro do meu coração tenho um amor infinito por todos, cada um com suas diferenças, me encanta e me completa....

A minha irmã **Nilda**, que em todos os momentos contribuiu para que eu pudesse seguir essa jornada, mesmo distante se preocupou com os meus sonhos e me ajudou a realizá-los. Muito obrigada!

Ao meu tio **Ivanildo** (in memorian): "Hoje, mais do que nunca, tua presença se fará marcante: olharei para mim mesmo e verei também a tua satisfação; reconhecerei, pois, o meu mérito que começou pelo teu amor de pai; e então os ouvirei bem perto de mim, na batida mais forte de emoção... em meu coração". (Hane Murad)

Ao meu namorado, **José Tavares**, que soube me esperar com muita compreensão, às vezes até faltava paciência, mas ao mesmo tempo sobrava carinho!

A toda minha família, tios, avós, primos, que mesmo de longe torceram muito para essa conquista.

A Nadjany, minha grande amiga que me ajudou desde o início do curso, às vezes até brigava comigo mas entendia seus motivos... Uma amiga não apenas de graduação mas de todas as horas. Te adoro muito, muitíssimo obrigada!

Aos meus amigos Anityanne (Nity), Wagner e Gledson, pelo carinho, apoio, trabalhos em sala de aula, (apesar das brigas nunca nos separamos, por mais que muitas vezes alguns (Nity) tentou se desligar do grupinho das atividades de sala de aula, mas que nunca conseguiu, motivo: Muito amor por seus amigos). Amigos de todos os momentos, vocês são muito especiais para mim...

A minha amiga Elaine e toda sua família, por ter me acolhido com muito carinho. Sempre se preocupando comigo nos momentos mais difíceis. Sempre estarão em meu coração.

A todos meus amigos companheiros de graduação, cada um com seu jeitinho, me encantaram e fez com que esse tempo que passamos juntos se tornasse marcante em minha vida. Em especial, Rogério, Lidiane, Gerlaneide, Cléia, Edilva e Dieglys.

Aos amigos da Eletrosorte, em especial Fabiana e Marcos, que em diversos momentos compreenderam e permitiram as minhas ausências do trabalho para conclusão deste trabalho. Um carinho especial também para Danielly, Érika e Gleyciane que me apoiaram muito em todos os momentos.

A todos meus amigos!

"Não faças do amanhã
o sinônimo de nunca,
nem o ontem te seja o mesmo
que nunca mais.
Teus passos ficaram.
Olhes para trás...
mas vá em frente
pois há muitos que precisam
que chegues para poderem seguir-te."

(Charles Chaplin)

RESUMO

Este estudo consiste em identificar quais as práticas gerenciais de responsabilidade socioambiental são utilizadas pelas empresas industriais da cidade de Cajazeiras - PB. Devido aos impactos ambientais decorrentes das atividades industriais, comprometendo a qualidade de vida da sociedade e a escassez dos recursos naturais, as organizações começaram a voltar-se para as questões socioambientais. Dessa forma o trabalho aborda aspectos teóricos sobre a Responsabilidade Social e a Contabilidade Ambiental relacionando esses aspectos ao processo de desenvolvimento empresarial, demonstrando os benefícios e as vantagens para as organizações que aderirem a esses aspectos, bem como evidenciam aspectos que caracterizam uma gestão socialmente responsável. O método utilizado foi o dedutivo, com uma abordagem qualitativa e quantitativa. Os dados foram coletados a partir de uma amostra de 35 empresas de um total de 87. As informações foram coletadas através de um questionário de pesquisa semi-estruturado com perguntas objetivas junto aos gestores das indústrias pesquisadas. Percebeu-se que há um interesse por parte das empresas em adotar procedimentos de transparência e veracidade de informações com seu público interno e externo, 88,57% dos gestores afirmaram que realizam treinamentos para os seus funcionários, bem como 62,86 realiza bonificações pelo desempenho atingido na realização de suas atividades, 85,71% reconhecem as críticas e sugestões dos mesmos para melhoramento dos processos internos, 94,29% estão preocupadas com os aspectos ambientais. Conclui-se que a maioria das indústrias estão preocupadas em adotar práticas de responsabilidade socioambiental, desenvolvendo em suas atividades aspectos de cunho social, agregando valor ao seus produtos e serviços.

Palavras chave: Responsabilidade Social, Gestão Ambiental, Práticas gerenciais, Setor Industrial.

ABSTRACT

This study is to identify the management practices of environmental responsibility are used by industrial city of Cajazeiras - PB. Due to the environmental impacts of industrial activities, compromising the quality of life of society and the scarcity of natural resources, organizations began to turn to the environmental issues. Thus the paper deals with theoretical aspects of Corporate Social and Environmental Accounting relating those aspects to the business development process, demonstrating the benefits and advantages for organizations that adhere to these aspects and show features of a socially responsible management. The method used was the deductive approach with a qualitative and quantitative. Data were collected from a sample of 35 companies from a total of 87. Information was collected through a questionnaire survey of semi-structured questionnaire with objective with the managers of the industries surveyed. It was noticed that there is interest by companies to adopt procedures to transparency and accuracy of information with its internal and external audiences, 88.57% of managers said they conduct trainings for its employees and conducts increases by 62.86 performance achieved in carrying out its activities, 85.71% acknowledge the criticisms and suggestions for improvement of these internal processes, 94.29% are concerned about the environmental aspects. Conclude that most industries are concerned about adopting practices of environmental responsibility by developing its activities in aspects of social, adding value to their products and services.

Key-words: Social Responsibility. Environmental Management. Management practices. IndustrialSector.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - USUÁRIOS DA CONTABILIDADE E DO BALANÇO SOCIAL	29
QUADRO 2 - INDICADORES ÉTHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	38

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - PRODUÇÃO E AMOSTRA DO ESTUDO	21
TABELA 2 - QUANTO AO CARGO DO ENTREVISTADO	40
TABELA 3 - RAMO DAS INDÚSTRIAS.....	40
TABELA 4 - QUANTO AO PORTE DA EMPRESA	41
TABELA 5 - REALIZAÇÃO DE TREINAMENTO PARA OS COLABORADORES	41
TABELA 6 COMPROMISSO DE TRANSPARÊNCIA E VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES.....	42
TABELA 7 UTILIZAÇÃO DE PROGRAMAS PARA EMPREGAR PESSOAS DA COMUNIDADE.....	42
TABELA 8 QUESTÕES ÉTICAS PROFISSIONAIS.....	43
TABELA 9 DENÚNCIAS E RESOLUÇÃO DE CONFLITOS	43
TABELA 10 COMUNICAÇÃO COM GRUPOS INTERESSADOS.....	44
TABELA 11 PRÁTICAS DE PREÇO E CONCORRÊNCIA.....	44
TABELA 12 INFORMAÇÕES AOS FUNCIONÁRIOS	44
TABELA 13 REALIZAÇÃO DE PROJETO SOCIAL	45
TABELA 14 REALIZAÇÃO DE UMA GESTÃO PARTICIPATIVA	45
TABELA 15 DISPONIBILIZAÇÃO DE PROGRAMAS CONTRA ACIDENTE DE TRABALHO	46
TABELA 16 CONTRATAÇÃO DE ESTAGIÁRIOS	46
TABELA 17 BENEFÍCIOS PARA OS FUNCIONÁRIOS	46
TABELA 18 MONITORAMENTO DO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS.....	47
TABELA 19 POSSUI PESSOAS COM DEFICIÊNCIA	47
TABELA 20 CONTRATAÇÃO DE TRABALHADORES TERCEIRIZADOS.....	48
TABELA 21 PRÁTICA DE DOAÇÕES, SERVIÇOS OU RECURSOS FINANCEIROS.....	48
TABELA 22 REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS DOS FUNCIONÁRIOS	49
TABELA 23 PRIVACIDADE DOS FUNCIONÁRIOS.....	49
TABELA 24 ATENDIMENTO AO CLIENTE	49
TABELA 25 ROTATIVIDADE DOS COLABORADORES	50
TABELA 26 PRÁTICAS INTERNAS AMBIENTAIS	50
TABELA 27 ASPECTOS AMBIENTAIS JUNTO AO EMPREENDIMENTO	51
TABELA 28 CAMPANHAS DE EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL	51
TABELA 29 ESCOLHA DOS FORNECEDORES	51
TABELA 30 VALORIZAÇÃO DA MARCA NO MERCADO.....	52

LISTA DE SIGLAS

ADCE- Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil

AIA- Avaliação do Impacto Social

EIA- Estudo do Impacto Ambiental

ETHOS - Instituto Ethos de Responsabilidade Social

EUA- Estados Unidos da América

FIEP – Federação das Indústrias do Estado da Paraíba

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

PB – Paraíba

RSE - Responsabilidade Social Empresarial

UFCG – Universidade Federal de Campina Grande

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO E PROBLEMÁTICA.....	15
1.1 OBJETIVOS	16
1.1.1 Objeto Geral	16
1.1.2 Objetivos específicos.....	16
1.2 JUSTIFICATIVA.....	17
1.3 METODOLOGIA.....	18
1.3.1 Quanto à abordagem do problema e o método utilizado	18
1.3.1.1 Pesquisa Qualitativa	18
1.3.1.2 Pesquisa Quantitativa.....	18
1.3.1.3 Método utilizado.....	19
1.3.1.4 Quanto aos Meios.....	19
1.3.1.5 Quanto aos Fins	19
1.3.1.6 Quanto a População e Amostra	20
1.3.2 Instrumento e Coleta de Dados.....	21
2.1. CONTABILIDADE.....	23
2.1.1. Conceitos e aspectos gerais	23
2.2. CONTABILIDADE AMBIENTAL.....	24
2.3. GESTÃO AMBIENTAL.....	26
2.4. BALANÇO SOCIAL	28
2.5. RESPONSABILIDADE SOCIAL	31
2.5.1 Aspectos que caracterizam uma empresa socialmente responsável	33
2.5.2 Benefícios que a RSE traz para as empresas.....	34
2.5.3 Práticas Gerenciais de Responsabilidade Social	36
3 ANÁLISE DOS RESULTADOS	39
3.1 CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS E DAS EMPRESAS	39
3.2 PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS	41
FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.	44
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
4.1 Recomendações.....	54
REFERÊNCIAS	55
APÊNDICES	57

1 INTRODUÇÃO E PROBLEMÁTICA

A Responsabilidade Social Empresarial tornou-se um dos temas mais debatidos atualmente, já que a mesma é uma forma de gestão que se define pela ética e transparência das informações com todos os usuários com os quais ela se relaciona e pelas funções sociais que a empresa desempenha, contribuindo para o bem estar da sociedade na qual esta inserida, respeitando a diversidade e promovendo a redução dos problemas sociais.

Entende-se que o compromisso social está tanto dentro da empresa, por meio do desenvolvimento dos colaboradores em busca da qualidade de vida, bem como na comunidade, decorrente dos efeitos provocados pelas suas ações sociais, gerando assim mudanças no comportamento da sociedade.

O desenvolvimento econômico desordenado juntamente com o avanço tecnológico trouxe melhores condições de vida, porém impulsionou o crescimento das necessidades provocando uma desigualdade social, além dos impactos ambientais que afetam a geração atual e as futuras. (BRAGA, 2007)

Nesse sentido, as empresas que querem ganhar um diferencial no mercado competitivo devem procurar inserir em suas políticas internas uma gestão socioambiental, pois além de ser uma estratégia competitiva auxilia na avaliação do seu desempenho, incentivando uma gestão participativa, envolvente e comprometida com o sistema social e organizacional, verificando os impactos de suas políticas e ações dos seus empregados, clientes, comunidade, natureza e com a sociedade como um todo.

Sob esse aspecto, a contabilidade como uma ciência social, caracterizada como um instrumento que oferece informações para a tomada de decisão dos usuários seja interno ou externo, vem buscando evoluir para adequar seus processos a realidade que as empresas estão inseridas, buscando a identificação, mensuração e registros da prática de resultado socioeconômico e socioambiental.

Dessa forma é dada à importância e necessidade de levar em consideração os fatores sociais e ambientais devido às transformações sofridas pela sociedade, surgiram nessa época às práticas gerenciais de Responsabilidade Social, que incorporam procedimentos nos planejamentos das atividades sociais visando atender aos interesses das diferentes partes envolvidas no negócio como os sócios, funcionários, fornecedores, consumidores e o meio ambiente.

Portanto, acredita-se que as empresas devem se sentir motivadas para assumirem ações socialmente responsáveis, haja vista que a atuação da Responsabilidade Socioambiental não implica que a gestão empresarial abandone seus objetivos econômicos, porém deve desempenhar um papel social. Para isso se faz necessário a colaboração dos gestores com a participação ativa nesse processo de mudança estrutural, valorizando suas ações e melhorando sua imagem junto ao público e investidores.

Nessa contextualização, surge o seguinte questionamento:

Quais as práticas gerenciais de Responsabilidade Socioambiental são utilizadas nas indústrias da cidade de Cajazeiras - PB?

1.1 Objetivo

1.1.1 Objeto Geral

Analisar as práticas gerenciais de Responsabilidade Socioambiental que são adotadas pelas indústrias da cidade de Cajazeiras - PB.

1.1.2 Objetivos específicos

Para atingir o objetivo geral proposto têm-se como objetivos específicos:

- Identificar a existência de práticas gerenciais de responsabilidade socioambiental utilizadas nas indústrias da cidade de Cajazeiras - PB;
- Analisar as práticas gerenciais de responsabilidade socioambiental desenvolvidas nas indústrias da cidade de Cajazeiras - PB;

- Discutir as relações existentes entre as práticas utilizadas como maneira de contribuir para a melhoria do setor em estudo.

1.2 Justificativa

Atualmente a sociedade está mais exigente em relação às questões sociais, dando importância ao ato de cobrar das empresas atitudes de responsabilidade socioambiental, em razão do bem estar de todos, já que elas são responsáveis pelos impactos resultantes de suas atividades na sociedade e no meio ambiente.

A conscientização social é uma variável muito importante nas mudanças no comportamento organizacional, já que as empresas estão se posicionando positivamente para contribuir com o desenvolvimento econômico sustentável. Algumas dessas mudanças são discutidas e conhecidas por estudiosos e profissionais da área das ciências empresariais, como a concorrência entre os mercados, a revolução tecnológica, a globalização e várias outras mudanças que estão em curso, já outras mudanças avançam de maneira mais silenciosa e não menos impactante.

Dessa forma, o profissional contábil não deve ficar limitado apenas as suas funções de informações patrimoniais, e sim manter-se sempre atualizado e capaz de assumir uma postura frente a um novo mundo prevendo mudanças e dando soluções rápidas e concretas de possíveis problemas. O contador deve procurar desenvolver suas habilidades com competência ética e compromisso social, no intuito de desenvolver subsídios relacionados à conscientização dos gestores visando contribuir para a definição de estratégias empresariais que possam proporcionar o progresso da organização e sociedade.

É crescente a utilização de estratégias e processos que melhor traduzam, junto com o lucro, a sensibilidade e sintonia das organizações para as necessidades de seus clientes internos e externos, relativamente a questão de qualidade de produtos ou serviços oferecidos; à proteção e uso adequado de recursos do meio ambiente natural; as relações éticas e justas para com trabalhadores, fornecedores, e governos, como indicadores que retratam a responsabilidade da organização para com a comunidade da qual sofre e exerce influência. (ASHLEY, 2002).

Nesse contexto se torna necessária a utilização de práticas gerenciais efetivas de

Responsabilidade Social para desenvolver um modelo de gestão estratégica que resulte no comprometimento permanente da empresa em adotar um comportamento ético e contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade e natureza.

Portanto, o presente estudo se justifica, pois reporta a contabilidade como uma ferramenta de fundamental importância para as organizações adotarem uma gestão participativa e comprometida com o sistema social, uma vez que, a preocupação com aspectos relacionados com a rentabilidade é muito questionada no atual contexto empresarial, onde a tomada de decisão tem que resultar ações que proporcionem a maximização dos ativos, garantindo a sobrevivência e satisfazendo o público interno e externo da organização.

1.3 Metodologia

Buscando atingir os objetivos apresentados, esta pesquisa se divide em duas partes. A primeira consiste em entender os aspectos inerentes a Responsabilidade Socioambiental das empresas através de estudos existentes, no intuito de aprofundar o conhecimento sobre o assunto, expondo conceitos e interpretações sobre o tema proposto. A segunda parte se propõe a analisar e identificar as práticas gerenciais de Responsabilidade Socioambiental que estão sendo utilizadas e o grau de importância das mesmas, através da coleta direta de dados nas indústrias da cidade de Cajazeiras - PB.

1.3.1 Quanto à abordagem do problema e o método utilizado

1.3.1.1 Pesquisa Qualitativa

A pesquisa trata-se de uma abordagem qualitativa, onde Richardson, (1999) menciona que os estudos que empregam essa metodologia podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interpretação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais. Logo como o presente estudo trata de questões sociais e ambientais envolvidas no processo de gestão de Responsabilidade Social Empresarial requerendo maior análise e aprofundamento no âmbito teórico.

1.3.1.2 Pesquisa Quantitativa

No entendimento de Souza, Fialho e Otani (2007) consideram que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las.

Assim, caracteriza-se como uma abordagem quantitativa onde se utiliza instrumentos e técnicas estatísticas para desenvolver a pesquisa.

1.3.1.3 Método utilizado.

O método utilizado foi o dedutivo, já que este parte de uma situação geral para uma particular, uma vez que, existe uma teoria que trata sobre o assunto estudado nesse trabalho.

Conforme Molina (2009, p. 12) é o método típico das Ciências Formais e que:

"aspira a demonstrar, mediante a lógica pura, a conclusão na sua totalidade a partir de umas premissas, de maneira que se garante a veracidade das conclusões... Trata-se do modelo axiomático proposto por Aristóteles como método científico ideal.

1.3.1.4 Quanto aos Meios

O desenvolvimento desse trabalho se deu por meio de pesquisa bibliográfica através de diversas fontes como livros específicos sobre Responsabilidade Social e Gestão Ambiental, artigos relacionados à área que tratavam do assunto.

1.3.1.5 Quanto aos Fins

Caracteriza-se como sendo de natureza exploratória por envolver levantamento bibliográfico e entrevista. Os dados utilizados foram compostos por fontes primárias (a partir das entrevistas) junto aos gestores das variadas empresas estudadas. Os entrevistados foram pessoas que estavam inseridas no processo de gestão (proprietário, gerente, diretor e secretária), no intuito de facilitar a compreensão do instrumento de pesquisa utilizado. Este tipo de estudo visa proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que esse possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores (GIL, 1999).

1.3.1.6 Quanto a População e Amostra

A população dessa pesquisa é relacionada às indústrias existentes na cidade de Cajazeiras - PB. De acordo com o cadastro da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP) totaliza 87 empresas cadastradas. A amostra utilizada é do tipo não probabilística e foi aplicado o questionário em 35 empresas, fazendo um percentual de 40% do total de indústrias. A pesquisa foi realizada no período de 01 a 30 de outubro de 2009. Durante a pesquisa foram selecionadas 50 empresas para serem visitadas por questão de acessibilidade, sendo que deste total, 07 empresas estavam inativas e 08 empresas os gestores não responderam ou perderam o questionário; já as 37 indústrias restantes não foram visitadas por terem suas instalações em difícil acesso e algumas na zona rural.

Tabela 1 - Produção e Amostra do estudo

Ramo	Total	Amostra	% Amostra
Marmoraria e britaria	10	7	70
Vestuário	31	9	29,03
Sabão e detergentes	3	3	100
Gráficas	10	5	50
Laticínios	4	1	25
Têxtil	8	5	62,5
Fabricação de motocicletas	1	1	100
Reciclagem	2	1	50
Padaria	1	1	100
Sorvetes	1	1	100
Estrutura pré-moldada de metais	5	1	20
Alimentos	5	0	0
Serralheria	5	0	0
Fabricação de calçados	1	0	0
Total	87	35	40

Fonte: Elaboração Própria, 2009.

1.3.2 Instrumento e Coleta de Dados

Para a coleta dos dados foi utilizado um instrumento de pesquisa em forma de questionário com perguntas objetivas com o intuito de conhecer os aspectos relacionados ao problema de pesquisa, sendo o mesmo desenvolvido com apoio da literatura consultada, especialmente dos indicadores do Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2008), bem como o estudo de Dutra (2009).

Os dados foram coletados por meio de formulários de pesquisa (em anexo) com 26 questões, sendo realizado através de entrevistas presenciais com os gestores. Ao responder o questionário, os usuários foram solicitados a indicar o grau de importância para cada uma das assertivas, adotando-se uma escala Likert, sendo:

1 - não é importante; 2 - imparcial; 3 - importante; 4 - imparcial; e 5 - muito importante.

Durante a fase de análise, foram utilizadas as técnicas da estatística descritiva a fim de serem encontradas práticas gerenciais relacionadas à Responsabilidade Social e ambiental, de acordo com algumas variáveis sugeridas nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social (2008). As variáveis investigadas foram:

- Caracterização dos entrevistados e das empresas: Quanto ao cargo do entrevistado, ramo das indústrias e porte das empresas.
- Práticas de Responsabilidade Socioambiental das empresas: Realização de treinamento para os colaboradores, compromisso de transparência e veracidade das informações, utilização de programas para empregar pessoas da comunidade, ética profissional, denúncias e resolução de conflitos, comunicação com os grupos interessados, preço e concorrência, informações aos funcionários, realização de projeto social, gestão participativa, disponibilização de programas contra acidentes de trabalho, contratação de estagiários, benefícios para os funcionários, monitoramento do quadro de funcionários, possui pessoas com deficiência, contratação de trabalhadores terceirizados, práticas de doações, serviços ou recursos financeiros, remuneração e benefícios dos funcionários, privacidade dos funcionários, atendimento ao cliente, rotatividade dos colaboradores, práticas internas ambientais, aspectos ambientais junto ao empreendimento, campanhas de educação e conscientização ambiental, escolha dos fornecedores e valorização da marca no mercado. .

Para executar a análise dos dados foi utilizado o software *Statistical Package Social Science* - SPSS versão 8.0, e seus resultados foram transpostos para planilhas Microsoft Excel ou tabelas Microsoft Word (mecanismo para formatação das mesmas) e posteriormente foram transferidos para o Microsoft Word a fim de serem apresentados neste trabalho.

2 REFERENCIAL TEORICO

Entende-se que a maximização dos lucros sempre será um dos principais objetivos das empresas, sendo que atualmente outros valores passaram a fazer parte dos objetivos empresariais, onde os gestores passaram a preocupar-se não somente com a gestão do negócio, mas com as pessoas e o meio em que interagem. Dessa forma, o compromisso com a responsabilidade social e ambiental através de ações direcionadas a integração de princípios sociais as atividades empresariais, tem levado em consideração a importância da questão ecológica, em que o meio ambiente e suas alterações podem influenciar a vida humana e a economia.

Sob esse aspecto, os tópicos a seguir demonstram a fundamentação teórica que serviu de base para desenvolver o presente estudo. Trata-se de assuntos relacionados aos seguintes aspectos: Contabilidade, Contabilidade Ambiental, Gestão ambiental, Balanço Social e Responsabilidade Social, Indicadores de Responsabilidade Socioambiental do Instituto ETHOS.

2.1. Contabilidade

2.1.1. *Conceitos e aspectos gerais*

De acordo com Santos et al (2007), a Contabilidade é uma ciência factual social, onde sua natureza social traduz-se na preocupação da compreensão da maneira com que os indivíduos ligados à área contábil criam, modificam e interpretam os fenômenos contábeis, sobre os quais informam seus usuários, representa a realidade que deve ser observada por esse ramo do conhecimento humano.

Franco (1997, p.21) relata que:

É a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com fim de oferecer informações e orientações necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial.

A contabilidade tem como função gerar informações úteis, relevantes, precisas e fornecidas em tempo hábil aos diversos usuários, seja eles de ambiente interno ou externo, auxiliando-os na tomada de decisão.

Conforme Marion (2008, p.26):

A Contabilidade é um instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisão dentro e fora da empresa. Ela é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões. Com o passar do tempo, o governo começa a utilizar-se dela para arrecadar impostos e torna obrigatória para a maioria das empresas.

Seu objeto de estudo é o patrimônio, e tem como função registrar, classificar, demonstrar, auditar e analisar todos os fenômenos que ocorrem no patrimônio das entidades, interpretando e informando, através das demonstrações contábeis, todas as ocorrências nele verificadas. Sua atuação é nas entidades econômico-administrativas, sejam de fins lucrativos ou não. (FRANCO, 1997).

Logo, percebe-se que a Contabilidade é um sistema de informação de ordem econômica e financeira da evolução patrimonial das empresas, sendo que atualmente além dessas informações as empresas buscam a qualidade de vida da sociedade, assim a contabilidade deve incluir em seus relatórios dados relacionados à responsabilidade social e ambiental.

2.2. Contabilidade Ambiental

A Contabilidade é uma das ciências mais antigas do mundo, que ao longo dos séculos vem acompanhando a evolução da economia e se adequando as necessidades que vão surgindo nas entidades.

Considerada um sistema de informação com objetivo de auxiliar os gestores à tomada de decisões, ela começa proporcionar informações que possam analisar a valoração dos recursos naturais, já que atualmente os problemas ambientais passam a preocupar os gestores e a sociedade.

Paiva (2006, p. 10) nos descreve que:

Desde seu surgimento, a contabilidade teve como função primordial o acompanhamento das atividades econômicas no papel de mensuradora e relatora da situação patrimonial das empresas aos principais usuários das informações contábeis, administrativas, econômicas, sociais e ambientais acompanhando sua evolução no decorrer do tempo.

Ferreira (2007) nos descreve que a Contabilidade Ambiental não se refere a uma nova contabilidade, mas um conjunto de informações que relatem adequadamente, em termos econômicos, as ações de uma entidade que modifiquem seu patrimônio. Esse conjunto de informações não é outra contabilidade, mas uma especialização.

Entende-se que a contabilidade ambiental busca inserir a contabilidade dentro do âmbito da gestão de empresas preocupadas com a questão ambiental, surgindo como uma ferramenta gerencial relevante para a mensuração dos impactos no meio ambiente decorrentes das atividades econômicas, bem como para a avaliação de alternativas operacionais e tecnológicas voltadas para o desenvolvimento sustentável.

Conforme Christophe (2001 *apud* PAIVA, 2006, p.17) Contabilidade Ambiental é um sistema destinado a dar informações sobre a rarefação dos elementos naturais, engendrado pelas atividades das empresas e sobre as medidas tomadas para evitar esta rarefação.

Diante do posicionamento dos autores, a sociedade tem cobrado das empresas atitudes socialmente responsáveis, no sentido de amenizar os impactos causados ao meio ambiente. As agressões ambientais atrapalham o desenvolvimento sócio-econômico causando prejuízo financeiro, dessa forma busca o equilíbrio entre sociedade e meio ambiente, já que o uso excessivo dos recursos naturais por parte das atividades industriais está gerando danos ambientais e causando preocupações a toda sociedade.

A preocupação com o meio ambiente vem se destacando deste o século XIX, só que somente no século XX, a partir dos anos 70 a sociedade começou a se manifestar sobre os problemas ecológicos, destacando-se primeiramente na Conferência Mundial sobre o meio ambiente, em 1972 realizada em Estocolmo, que seus debates tiveram repercussão internacional. (TINOCO; KRAEMER, 2008)

Assim, logo após esse encontro, começam a surgir vários outros no mundo todo de interesses ambientais, expondo os problemas ecológicos e suas interferências no desenvolvimento social de forma globalizada, procurando soluções para o combate dos mesmos e surgindo programas de melhoria ambiental, buscando a qualidade de vida da sociedade e a preservação da natureza.

2.3. Gestão Ambiental

Atualmente à crescente concorrência global, as expectativas dos clientes não se restringem à procura de determinado nível de qualidade ao menor custo, assim eles estão cada vez mais informados e predispostos a comprar e usar produtos que respeitem o meio ambiente. (TINOCO; KRAEMER, 2008)

Diante do exposto, a exigência da sociedade em busca da qualidade de vida, as empresas a fim de alcançar a estabilidade econômica e ecológica, começa a incorporar em suas estratégias padrões ambientais em seus sistemas de gestão, buscando os benefícios da gestão ambiental para minimizar ou eliminar os impactos causados ao meio ambiente por suas atividades.

Gestão ambiental é o sistema que inclui a estrutura organizacional, atitudes de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, programar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. (TINOCO, 2008).

Sob esse aspecto, pode-se perceber que para a empresa desenvolver a gestão ambiental ela deve fazer um planejamento, utilizando ferramentas e procedimentos adequados, passando por mudanças em sua cultura organizacional e empresarial, mobilizando seu ambiente externo e interno, para alcançar o controle do impacto ambiental causado por suas atividades, concretizando a conquista da qualidade de vida e meio ambiente.

De acordo com Fernandes (2000 *apud* Tinoco, Kraemer 2008), os instrumentos de gestão são aplicados em todas as fases dos negócios e podem ser: preventivos, corretivos, de remediação e proativos, objetivando melhorar a qualidade ambiental e a tomada de decisão. Os principais instrumentos de gestão ambiental são:

- Estudo do Impacto Ambiental (EIA): estudo que identifica e caracterizam os impactos ambientais, benefícios e adversos, ocorrentes e possíveis de ocorrer na região que receberá o empreendimento, surgindo como instrumento de controle prévio de danos ambientais, de caráter técnico exigido pelas autoridades governamentais para a autorização de instalação e o funcionamento de algumas atividades econômicas, com o objetivo de minimizar a poluição através de adoção de medidas alternativas para o impacto ambiental decorrente da atividade a ser executada.
- Avaliação do Impacto Ambiental (AIA): corresponde a uma atividade técnica de identificação de riscos e um instrumento de prevenção de danos ambientais, que tem

como objetivo determinar os efeitos potenciais sobre o meio ambiente, sociedade, saúde e do desenvolvimento proposto.

- Auditoria Ambiental: é uma ferramenta essencial para avaliar a eficácia de todas as ações de controle, aferindo a qualidade final do processo de controle ambiental integrado ao processo industrial, não se limitando a verificação dos itens relacionados ao meio ambiente nas demonstrações contábeis.
- Capital natural: composto por todos os ativos naturais originados pela natureza e que são patrimônio de toda a sociedade. Sua valoração é difícil em termos econômicos, porém seu uso adequado tem a capacidade de potencializar o crescimento econômico de todo o país.

North (1992, *apud* TINOCO, 2008) afirma que a utilização da gestão ambiental traz benefícios econômicos e estratégicos, promovendo uma economia com a redução dos custos e consumos, e o aumento de suas receitas, pois seu uso adequado resultará em:

- Prevenção de riscos e prejuízos (acidentes ambientais, passivos ambientais, multas e outras penalidades, ações judiciais, etc);
- Redução de custos de seguro;
- Aumento na produtividade;
- Observância dos requisitos legais pertinentes;
- Redução de desperdícios, através da otimização do uso de recursos (matérias-primas, insumos, energia, água) e aproveitamento dos rejeitos;
- Melhor relacionamento com a comunidade;
- Maior agilidade nos processos de licenciamento;
- Maior competitividade com mercados que valorizam a preservação ambiental;
- Acesso a financiamentos com taxas reduzidas;
- Melhoria da imagem institucional (conceito de empresa cidadã).

Observa-se, que atualmente as empresas que buscam utilizar esse processo de gestão ambiental em suas estratégias, ganham um diferencial no mercado competitivo, já que a

sociedade está voltada para o consumo de produtos que estejam preocupados com o meio ambiente.

2.4. Balanço Social

A sociedade preocupada com o desenvolvimento humano e com o crescimento dos problemas sociais começa exigir das empresas atitudes socialmente responsáveis, incorporando nas suas atividades objetivos de caráter social.

Assim, começa a despertar nas empresas o interesse do bem-estar e preservação da natureza, surgindo como parâmetros indicadores de aspectos sociais, ligados a gestão de pessoas e preocupação do meio ambiente. Logo, além de divulgar em seus balanços patrimoniais as informações de aspectos econômicos e financeiros, passaram a informar os de relações sociais, utilizados em sua gestão. (TINOCO, 2008)

Verifica-se que atendendo a necessidade da sociedade, aumenta o número de informações sociais, respectivamente a quantidade de indicadores cresce também, fazendo necessária a utilização de um balanço específico, onde a Contabilidade possa alocar esses fatores, que são os de condições de trabalho e informações qualitativas como o bem-estar e a natureza.

Surgiu então o Balanço Social, que evidencia basicamente os recursos humanos.

Para Tinoco (2008, p. 87):

Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferentes usuários.

Segundo o autor, para as empresas o Balanço Social é uma ferramenta gerencial que tem como objetivo descrever a realidade econômica e social de uma entidade, mostrando de forma transparente a aplicação de recursos investidos no âmbito social, sua elaboração e publicação divulgam a sociedade as relações sociais entre as empresas e os ambientes internos e externos a elas, caracterizando atitudes socialmente responsáveis.

Conforme visto, o Balanço Social possui informações de cunho social como também as de caráter qualitativo, destacando as relativas à ecologia, evidenciando os esforços que as empresas fazem para não afetar o meio ambiente, juntamente com as de relações profissionais, às contribuições das entidades para a comunidade, explicitando a responsabilidade social e corporativa das empresas.

O Balanço Social tem por objetivo ser eqüitativo e comunicar informação que satisfaça a necessidade de quem dela precisa. Essa é a missão da Contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira, econômica, social, física, de produtividade e de qualidade. (TINOCO, 2008).

Observa-se que o Balanço Social dirige-se a muitos usuários já que ele é uma demonstração que possui informações de diversas naturezas como contábeis, sociais e econômicas, sendo que cada um possui seus próprios interesses.

Na seqüência, apresenta-se o Quadro 1 com os usuários da Contabilidade e do Balanço Social e o que se refere a cada um.

Quadro 1 - Usuários da Contabilidade e do Balanço Social

USUÁRIOS	METAS RELEVANTES
Clientes	Produtos com qualidade; recebimento de produtos em dia; produtos mais baratos; cortesia no atendimento.
Fornecedores	Parceria; segurança no recebimento; continuidade.
Colaboradores	Geração de caixa; salários adequados; incentivos à promoção; produtividade; valor adicionado; segurança no emprego; efetivo.
Investidores potenciais	Custo de oportunidade; rentabilidade; liquidez da ação.
Acionistas controladores	Retorno sobre o Patrimônio Líquido; Retorno sobre o Ativo; continuidade; crescimento no mercado; valor adicionado.
Acionistas minoritários	Fluxo regular de dividendos; valorização da ação; liquidez.
Gestores	Retorno sobre o patrimônio líquido; continuidade; valor patrimonial da ação; qualidade; produtividade; valor adicionado.
Governo	Lucro tributável; valor adicionado; produtividade.
Vizinhos	Contribuição social; preservação do meio ambiente; segurança, qualidade, cidadania.

Fonte: Adaptado de Tinoco (2008).

A experiência na elaboração do Balanço Social segundo TINOCO (2008) começou na década de 60 nos Estados Unidos da América e na Europa. Os EUA foi o primeiro país a levantar debate sobre noção de responsabilidade social, sendo que a França foi a primeira do mundo a possuir uma lei sobre Balanço Social. No Brasil, o Balanço Social surgiu na década de 70 com a iniciativa da Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE), que realizou o 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresa, tendo como tema principal do evento o Balanço Social da empresa, tratando sobre a responsabilidade das entidades nas questões sociais. O primeiro Balanço Social publicado no Brasil foi o do Banco do Brasil em 25 de agosto de 1977.

Os principais modelos de Balanço Social adotados pelas empresas brasileiras são disponibilizados pelo Instituto ETHOS e pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Esses dois modelos possuem um grau de padronização, podendo ser utilizados pelas empresas para a divulgação de informações pertinentes sobre seus relacionamentos com os públicos interno e externo, servindo como base para as conclusões econômicas, social e ambiental.

“Segundo Tinoco (2008), “ a série de indicadores que se pode extrair do balanço social tanto de ordem quantitativa como qualitativa é numerosa”. Dessa forma têm-se os seguintes indicadores de caráter econômico:

- a) Valor adicionado por trabalhador;
- b) Relação entre salários pagos ao trabalhador e o valor adicionado;
- c) Relação entre salários e as receitas brutas da empresa;
- d) Contribuição do valor adicionado da empresa para o Produto Interno Bruto;
- e) Produtividade social da empresa
- f) Carga tributária da empresa em relação a seu valor adicionado, etc.

Ainda, de acordo com Tinoco (2008), têm-se os seguintes indicadores de caráter social:

- a) Evolução do emprego na empresa;
- b) Promoção dos trabalhadores na escala salarial da empresa;
- c) Relação entre a remuneração do pessoal em nível de gerência e os operários;
- d) Participação e evolução do pessoal por sexo e instrução;
- e) Classificação do pessoal por faixa etária;

- f) Classificação do pessoal por antigüidade na empresa;
- g) Nivel de absenteísmo;
- h) Benefícios sociais concedidos (médico, odontológico, moradia, educação);
- i) Política de higiene e segurança no trabalho;
- j) Política de proteção ao meio ambiente etc.

Portanto, foram apresentados apenas alguns indicativos que podem ser evidenciados e coletados por meio do Balanço Social. Destacando os indicativos referentes ao meio ambiente, podendo ser utilizados para aprimorar a Gestão Ambiental da organização.

Enfim, percebe-se que o balanço social é um instrumento fundamental para qualquer organização que queira demonstrar a sociedade informações sociais sobre a empresa e sua preocupação com o aspecto social e ambiental. Esse demonstrativo ainda não é obrigatório, mas a sua publicação traz um diferencial no mercado competitivo, já que a sociedade atribui importância às empresas que tem responsabilidade socioambiental.

2.5. Responsabilidade Social

No atual cenário econômico as empresas vêm passando por um período de consideráveis modificações oriundas da globalização. As transformações sócio-econômicas atualmente têm afetado o comportamento das empresas, até então direcionadas à exclusiva maximização do lucro.

Conforme Freire e Liberato (2007, p. 3):

A idéia de responsabilidade social incorporada aos negócios tem aumentado nos últimos anos, face ao surgimento de novas demandas e da maior pressão por transparência nos negócios, forçando que as empresas adotem uma postura mais responsável em suas ações.

Dentro desse entendimento fica evidente que as empresas com o desafio de vencer o mercado competitivo, começam adotar em sua gestão, estratégias de compromisso social, já que a sociedade busca adquirir produtos de qualidade, e de empresas com atitudes que contribuam para o desenvolvimento da comunidade, através de questões social e conservação do meio ambiente.

Ashley (2002, p.6) conceitua Responsabilidade Social como:

O compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetam positivamente de modo amplo e a alguma comunidade de modo específico, atingindo pro ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas com ela.

Entende-se que a responsabilidade social deve ser, um compromisso contínuo exposto nas estratégias empresariais onde o comportamento ético contribua conjuntamente para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, e que auxilie nas tomadas de decisões empresariais resultantes das ações desenvolvidas pela empresa, e que traga benefícios para toda a sociedade.

De acordo com o Instituto Ethos (2009):

Responsabilidade social empresarial 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.

A responsabilidade social de uma determinada empresa está vinculada às ações comunitárias, geralmente na sua região e em relação ao meio ambiente. Além disso, as empresas preocupam-se também em investir no bem estar de seus funcionários, criando um ambiente de trabalho mais harmonioso. (ALBERTON, CARVALHO e CRISPIM, 2004)

Diante do exposto, percebe-se que a responsabilidade social não atinge somente os indivíduos ligados externamente a empresa, mas todo o sistema no qual participa é entendida em sentido amplo como um diferencial importante para a implantação das atividades empresariais que possam atingir a sociedade como um todo.

O entendimento de responsabilidade social pode ser identificado através de múltiplos casos segundo o entendimento de Karkotli (2008, p.63):

Filantropia: Tem como base os princípios da caridade e da custódia e amor à humanidade;

Ação Social: É ação de curto prazo com objetivo de satisfazer as necessidades em prol da sociedade ou de uma comunidade específica;

Responsabilidade Social Corporativa: É o comportamento ético e responsável na busca de qualidade nas relações que a organização estabelece com todos os seus stakeholders, associado direta e indiretamente ao negócio da empresa, incorporado à orientação estratégica da empresa e refletindo em desafios éticos para as dimensões econômicas, ambiental, e social;

Marketing Social: Significa entender e atender a sociedade, proporcionando a satisfação e o bem-estar da mesma dentro de um comportamento ético e social responsável, visando às transformações sócias;

Marketing Ideológico/ Institucional: É utilizado para indicar e associar as iniciativas pelas quais uma empresa procura manter, fortalecer e solidificar a imagem da marca e a identidade da marca perante o seu público alvo.

Conforme as explicações expostas acima, podemos distinguir os diferentes tipos de termos utilizados para agregar valor ao termo Responsabilidade Social, logo cada um tem um significado diferente, mas atuam igualmente em favor da sociedade.

2.5.1 Aspectos que caracterizam uma empresa socialmente responsável

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) tornou-se um fator de competitividade para os negócios. No passado o que identificava uma empresa competitiva era basicamente o preço de seus produtos. Depois, veio a onda de qualidade, mais ainda focada nos produtos e serviços. Hoje, as empresas devem investir no permanente aperfeiçoamento de suas relações com todos os públicos dos quais dependem e dos quais se relacionam: clientes, fornecedores, empregados, parceiros e colaboradores. Isso inclui também a comunidade na qual atua o governo, sem perder de vista a sociedade em geral, que construímos a cada dia. (ETHOS, 208)

Karkotli (2007, p. 31) afirma que:

A gestão da responsabilidade social tem como objetivo provocar reflexão sobre o compromisso de integridade e honestidade na condução dos negócios, com a aderência às leis e a ética; reconhecer que parte do sucesso e respeito obtidos pela organização é trazida pelo seu desempenho social, e que além de suas responsabilidades específicas para com empregados, clientes, fornecedores, acionistas, governo, etc. Existem outras importantes responsabilidades que geram valor e reconhecimento por parte de todos os atores sociais.

Dessa forma, a Responsabilidade Social deve ser praticada dentro da empresa, para vários públicos e de diferentes maneiras, adicionando esse diferencial no seu marketing, construindo o bem estar social. Com o auxílio dos parceiros a empresa pode desenvolver atividades criativas, destacando-se na sociedade competitiva.

De acordo com o Instituto Ethos (2008) é possível estabelecer algumas características que evidenciam uma gestão socialmente responsável:

- a) **Transparência:** divulgando informações, decisões e intenções de maneira clara e acessível a todos os públicos que se relacionam com a empresa.
- b) **Estabelecimento de compromissos públicos:** assumindo publicamente os compromissos que a empresa tem, seja relacionada ao seu público interno, ao futuro, à manutenção de recursos naturais, à promoção da diversidade.
- c) **Envolvimentos com instituições que representam interesses variados:** procurando contato, diálogo com organizações e especialistas que colaborem com a empresa para lidar com seus dilemas.
- d) **Capacidade de atrair e manter talentos:** apresentando-se como uma alternativa profissional que possa também atender aos interesses de cidadão do profissional.
- e) **Alto grau de motivação e comprometimento dos colaboradores:** envolvendo todos os colaboradores internos e fornecedores com a gestão de RSE, demonstrando coerência em seus compromissos.
- f) **Capacidade de lidar com situações de conflito:** demonstrando disposição para investigação e diálogo, desenvolvendo processos que previnam situações de risco, aprofundando contato com redes de organizações e formadores de opinião, usando de transparência nessas relações.
- g) **Estabelecimento de metas de curto e longo prazo:** introduzindo realmente aspectos de Responsabilidade Social na gestão da empresa, com todas as características que outros indicadores têm.
- h) **Envolvimento da direção da empresa:** comprovando claramente o entendimento estratégico que tem dessas questões. Em geral, a empresa tem um ou mais colaboradores que dedicam seu tempo a questões de Responsabilidade Social.

Através das características mencionadas, podemos observar que as organizações ao adotar a política de RSE, elas assumem um compromisso social, passando por uma reestruturação cultural.

2.5.2 Benefícios que a RSE traz para as empresas

O Instituto ETHOS (2008) relata:

- **Diminuição de conflitos:** Princípios e valores ajudam a empresa a desenvolver relações sólidas com seus públicos, com base no diálogo. Processos legais que provocam aumento de custos e desgaste institucional que abalam diretamente os negócios podem ser reduzidos. Além disso, a clareza nos valores e princípios assegura o cumprimento de compromissos e negociações de interesses.
- **Valoração da imagem institucional e da marca:** Práticas de responsabilidade social agregam valor aos negócios da empresa, que pode se valer desse diferencial para suas estratégias de negócios.
- **Maior lealdade do consumidor:** Consumidores admiram empresas que valorizam seus funcionários, desenvolvem projetos sociais, preocupam-se com o meio ambiente ou coíbem a corrupção. Responsabilidade social é fator de fidelidade do consumidor. Desde 2000, o Instituto Ethos acompanha, por meio de uma pesquisa, a percepção do consumidor brasileiro sobre responsabilidade social. Os dados mostram um consumidor preocupado com fatores como ética e tratamento aos funcionários e dispostos a premiar empresas que adotam comportamento socialmente responsável.
- **Maior capacidade de recrutar e manter talentos:** Os funcionários sentem-se motivados com práticas de gestão socialmente responsáveis claramente definidas. Gostam de fazer parte de organizações que respeitam o indivíduo e investem na sua capacidade de aprendizado. A responsabilidade social atrai para a empresa talentos e, ao mesmo tempo, faz com que o funcionário se sinta estimulado a manter-se no emprego.
- **Flexibilidade e capacidade de adaptação:** Empresas capazes de incluir a responsabilidade social em sua estratégia de negócios são abertas às demandas da sociedade, podendo adaptar-se a elas mais facilmente, inclusive criando produtos e serviços que atendam às novas expectativas.
- **Sustentabilidade do negócio no longo prazo:** A perenidade da empresa é também preocupação de investidores. Práticas socialmente responsáveis diminuem os riscos da empresa e permitem seu controle, reduzindo o risco do negócio como um todo. Uma prova de que critérios socioambientais vêm ganhando importância na avaliação de risco das corporações é o Dow Jones Sustainability Index (DJSI), criado em 1999 e formado atualmente por 318 empresas de 24 países. Para compor o índice, usado no mercado de ações, são acompanhados 13 critérios que medem o desempenho

econômico ambiental e social das organizações e como elas os administram na busca da sobrevivência dos negócios no longo prazo.

- **Acesso a mercados:** O respeito a cláusulas sociais, como combate à discriminação, e ambientais, como controle da poluição, permite à empresa operar em países ou regiões que adotam padrões rígidos de conduta nesses campos.
- **Acesso a capitais:** Ao garantir o controle dos riscos sociais e ambientais, a empresa pode conseguir crédito e financiamentos para projetos em instituições que fazem tais exigências.

Assim, os benefícios que a RSE traz é consequência da utilização de uma gestão de função social que a empresa desempenha, definida com sua relação ética e transparente com todos os públicos com os quais se relaciona, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

2.5.3 Práticas Gerenciais de Responsabilidade Social

A responsabilidade social empresarial (RSE) implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligados a ela, a partir de um relacionamento ético e transparente, já que ela abrange temas que vão desde códigos de ética, práticas de boa governança corporativa, compromissos públicos assumidos pela empresa, gestão e prevenção de riscos, até mecanismos anticorrupção, diversidade, apoio às mulheres e aos não-brancos, bem como a extensão desses compromissos por toda a cadeia produtiva envolvida na relação com fornecedores. ETHOS(2008)

Liberato e Freire (2007) relatam:

A correta prática da responsabilidade social pode melhorar o desempenho e a sustentabilidade, a médio e longo prazo, da empresa, proporcionando: valor agregado à margem corporativa da empresa; motivação do público interno; posição influente nas decisões de compras; vantagem competitiva; facilidade no acesso ao capital e financiamento; influência positiva na cadeia produtiva; reconhecimento dos dirigentes como líderes empresariais e melhoria do clima organizacional, dentre outros.

Nesse entendimento, são de fundamental importância as práticas de RSE como uma ferramenta capaz de medir a capacidade de preocupação da empresa com a sociedade e natureza.

Os gestores para conseguir tomar decisões, eles precisam de informações e ferramentas de gestão para auxiliá-los, assim essa informação direcionada para a tomada de decisões refere-se à contabilidade gerencial.

Hornngren, Sundem, Stratton (2006, p.4) relatam :

Contabilidade Gerencial é o processo de identificar, mensurar, acumular, analisar, preparar, interpretar e comunicar informações que auxiliem os gestores a atingir objetivos organizacionais.

Entende-se que a utilização de práticas gerenciais permite acompanhar, agilizar e aperfeiçoar o processo decisório, fazendo com que o desempenho empresarial seja positivo. Portanto, o Instituto Ethos desenvolveu uma ferramenta que avalia o estágio em que se encontram as práticas de Responsabilidades Sociais das organizações: Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, que além de medir o grau de comprometimento da empresa a sociedade, os indicadores também fornecem uma ferramenta de análise e um modelo de gestão para as empresas, por indicar os caminhos para que elas se tornem mais socialmente responsáveis. Esses indicadores estão dispostos no Quadro 2.

O Quadro 2 demonstra a estrutura de conteúdo dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, que consiste em uma ferramenta para planejamento e avaliação do processo de Responsabilidade Social nas empresas, onde muitas organizações têm usado esse instrumento para se adequar e medir o grau de comprometimento social, visto que, os indicadores apontam algumas práticas gerenciais que os gestores devem seguir para desenvolverem políticas e ações de uma organização socialmente responsável .

Quadro 2 - Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

TEMAS	INDICADORES
Valores e transparência	Compromissos éticos Enraizamento na cultura organizacional Diálogo com stakeholders Relação com a concorrência Balanço Social
Público Interno	Relação com sindicatos Gestão participativa Participação nos resultados e bonificação Compromisso com o futuro das crianças Valorização da diversidade Comportamento frente às demissões Compromisso, desenvolvimento profissional, e empregabilidade Cuidado com saúde, segurança e condições de trabalho. Preparação para aposentadoria
Meio Ambiente	Conhecimento sobre o impacto no meio ambiente Minimização de entradas e saídas de materiais na empresa Responsabilidade sobre o ciclo de vida dos produtos e serviços Comprometimento da empresa com a causa ambiental
Fornecedores	Critérios de seleção de fornecedores Trabalho infantil na cadeia produtiva Relações com os trabalhadores terceirizados Apoio ao desenvolvimento de fornecedores
Consumidores / Clientes	Política de marketing e comunicação Excelência no atendimento Conhecimento de danos potenciais dos produtos e serviços
Comunidade	Gerenciamento do impacto da empresa junto à comunidade Relações com organizações atuantes na comunidade Mecanismos de apoio a projetos sociais Estratégias de atuação na área social Mobilização dos recursos para o investimento social Reconhecimento e apoio ao trabalho voluntário dos funcionários

Fonte: Adaptado de Karkotli a partir de pesquisas junto ao Instituto Ethos, (2005, p. 135)

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nessa seção são apresentados os resultados obtidos da pesquisa, através das informações oriundas de um questionário de pesquisa semi-estruturado. Esses questionamentos tiveram o intuito de identificar quais as práticas de Responsabilidade Socioambiental que são desenvolvidas nas indústrias da cidade de Cajazeiras - PB.

O questionário baseou-se nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social (2008) e na pesquisa de Dutra (2009), segundo o ETHOS "seus indicadores podem possibilitar a homogeneização dos conceitos de responsabilidade social empresarial, oferecendo uma lista de aspectos que devem ser avaliados pela empresa, se ela estiver interessada em fazer autodiagnóstico de suas práticas".

As assertivas foram elaboradas levando em consideração as seguintes dimensões: Caracterização dos entrevistados e das empresas e Práticas de Responsabilidade Socioambiental. Para uma melhor análise dos dados foi também investigado durante a pesquisa o grau de importância das práticas gerenciais adotadas ou não pelas empresas. Esses aspectos foram avaliados e demonstrados através de tabelas possibilitando a análise das ações praticadas pelas organizações estudadas e demonstrando o grau de importância que essas ações representam para as entidades, segundo o entendimento dos gestores entrevistados.

3.1 Caracterização dos entrevistados e das empresas

A Tabela 2 evidencia o cargo do entrevistado, tendo em vista que a pesquisa foi direcionada para esse público alvo por acreditar que essas pessoas poderiam entender com maior propriedade o assunto questionado.

Através da Tabela 2 pode-se observar que a maioria dos entrevistados foram os Proprietários com 37,14% e em seguida os Gerentes com 31,43%, Diretores com 22,86% e Secretárias com 8,57%. Esses entrevistados foram indicados por possuírem um maior conhecimento sobre o tema em questão, pois participam ativamente da tomada de decisão. Verificou-se, de acordo com as informações repassadas pelos entrevistados que existe um desconhecimento do termo Responsabilidade Socioambiental, entretanto internamente utilizam práticas de maneira aleatória sem uma lógica ordenada.

Tabela 2 - Quanto ao cargo do entrevistado

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Proprietário	13	37,14	37,14
Gerente	11	31,43	68,57
Diretor	8	22,86	91,43
Secretária	3	8,57	100
Total	35	100	

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 3 demonstra como foi desenvolvida a pesquisa; onde foram selecionadas 35 indústrias ativas para a realização do trabalho, sendo a amostra dividida por diferentes ramos de atividades. Observa-se que 25,71% são classificados como Vestuário, Gráficas e Têxtil com 14,29% cada, 8,57% Sabão e Detergentes e os demais com 2,86% cada. As indústrias escolhidas foram selecionadas pela acessibilidade e recebimento dos questionários.

Tabela 3 - Ramo das indústrias

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Marmoraria e britaria	7	20	20
Vestuário	9	25,71	45,71
Sabão e detergentes	3	8,57	54,29
Gráficas	5	14,29	68,57
Laticínios	1	2,86	71,43
Têxtil	5	14,29	85,71
Fabricação de motocicletas	1	2,86	88,57
Reciclagem	1	2,86	91,43
Padaria	1	2,86	94,29
Sorvetes	1	2,86	97,14
Estrutura pré-moldada de metais	1	2,86	100
Total	35	100	

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Através da Tabela 4 pode-se observar o porte das empresas em estudo, o critério utilizado para essa classificação segue o entendimento do Cadastro da indústria da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP). Verificou-se em forma de porcentagem os dados do porte das empresas industriais entrevistadas, em que cerca de 37,14% são classificadas como Micro empresa, 34,29% são de Pequena empresa e apenas 28,57 como Média empresa.

Tabela 4 - Quanto ao porte da empresa

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Micro	13	37,14	37,14
Pequena	12	34,29	71,43
Média	10	28,57	100
Total	35	100	

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

3.2 Práticas de Responsabilidade Socioambiental nas empresas

Atualmente há uma pressão por parte da sociedade sobre a atuação social das empresas, fazendo com que as organizações reflitam sobre suas ações e incorporem em suas estratégias o uso da gestão socioambiental. A preocupação e atuação da empresa em relação às atitudes de cunho social, torna-se uma questão indispensável para o seu desempenho no mercado. O modo como a empresa planeja e utiliza essa gestão podem trazer vantagens competitivas para a organização, bem como promover o bem estar da sociedade.

A Tabela 5 evidencia que as empresas desenvolvem atividades de treinamento para seus colaboradores. Os resultados apontam que 88,57 % realizam treinamento ou capacitação profissional com os seus funcionários para garantir que as atividades sejam desenvolvidas de maneira correta e eficiente, enquanto que 11,43% das empresas entrevistadas não possuem essa prática empresarial. Com relação à importância, identificou-se segundo a percepção do gestor que o treinamento para os colaboradores é importante, tendo a ser entre importante e muito importante. Com base no estudo realizado, uma empresa que mantém um treinamento contínuo para seus colaboradores consegue maximizar a qualidade de seus produtos e serviços, e conseqüentemente uma alavancagem em seus ativos.

Tabela 5 - Realização de Treinamento para os Colaboradores

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	31	88,57	88,57
Não	4	11,43	100
Total	35	100,00	
Grau de importância do gestor			3,31

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Com relação à Tabela 6, as empresas foram questionadas se utilizam práticas explícitas quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas. Segundo os entrevistados 88,57% responderam que usam da transparência e veracidade dos fatos para transmitir informações aos seus interessados e apenas 11,43% ainda não se preocupam com essas informações. Ficou claro com as respostas dos entrevistados que é importante esse procedimento para os gestores, demonstrando que é necessário o compromisso e transparência divulgando as informações de maneira clara e acessível para com seus colaboradores.

Tabela 6 Compromisso de transparência e Veracidade das informações

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	31	88,57	88,57
Não	4	11,43	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,20

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Analisando a Tabela 7, foi identificado segundo a opinião dos entrevistados que 65,71% das empresas não possuem programas para empregar pessoas da comunidade, bem como 34,29% utilizam essa prática em suas organizações. A maioria dos entrevistados não se preocupa com a realidade das comunidades nas quais estão inseridas e não consideram importante empregar o maior número de pessoas oriundas do local, apenas contratam de acordo com a necessidade da empresa e as habilidades dos profissionais em questão.

Tabela 7 Utilização de programas para empregar pessoas da comunidade

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	12	34,29	34,29
Não	23	65,71	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,66

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Verifica-se que a falta de envolvimento da empresa com a comunidade local descaracteriza uma organização de cunho social, já que as mesmas não se preocupam em contribuir com a diminuição do desemprego e desenvolvimento local.

Em relação a questões éticas a Tabela 8 demonstra que 91,43% das empresas possuem pessoas responsáveis para lidar com questões desse âmbito. Enquanto 8,57% dos

entrevistados não se preocupam com o tema abordado. Os entrevistados confirmam também ser muito importante esse posicionamento de possuírem pessoas responsáveis para as questões éticas empresariais, mesmo aqueles que não as praticam, demonstram interesse, haja vista que o grau de importância esteve concentrado entre importante e muito importante.

Tabela 8 Questões éticas profissionais

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	32	91,43	91,43
Não	3	8,57	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,29

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Já a Tabela 9 aponta os aspectos voltados ao desenvolvimento de procedimentos para as empresas lidarem com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito das ações éticas empresariais, foi constatado que 85,71% das empresas adotam procedimentos internos para resolver essas questões, mesmo que de modo informal. Logo 14,29% das empresas ainda não possuem procedimentos específicos para tratar dessas questões. Da amostra, asseguram que é muito importante desenvolver procedimentos que resolvam possíveis conflitos em questões éticas, porque zelam pela imagem organizacional.

Tabela 9 Denúncias e resolução de conflitos

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	30	85,71	85,71
Não	5	14,29	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,51

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Nesta Tabela 10 foi pesquisado se a empresa mantém comunicação regular com grupos ou partes interessadas (clientes /consumidores, fornecedores e público interno) que critiquem a natureza de seus processos, produtos e serviços. Verificou-se que 91,43% dos entrevistados mantêm um diálogo contínuo com os interessados para melhorar seus processos internos e 8,57% não utiliza essa prática. Ainda pode-se identificar que as empresas entrevistadas afirmam ser importante (4,20) a comunicação das partes interessadas para melhorar os processos internos e construir estratégias de novos rumos para a empresa.

Tabela 10 Comunicação com grupos interessados

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	32	91,43	91,43
Não	3	8,57	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,09

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 11 analisa as práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumprindo a legislação e buscando um posicionamento legal; a maioria 97,14% dos entrevistados utiliza essa prática, bem como confirmam ser muito importante essa regra e cumprem a legislação, e apenas 2,86% não estão preocupados em estabelecer um posicionamento legal.

Tabela 11 Práticas de preço e concorrência

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	34	97,14	97,14
Não	1	2,86	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,20

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 12 destaca-se a empresa está preocupada em fornecer informações que afetam as atividades do trabalhador. Foi constatado que 88,57% das empresas se preocupam em repassar as informações que interessam os funcionários, dando tempo e oportunidade de um diálogo entre as partes (sindicato e colaboradores), como também acreditam que seja importante esse repasse de informações. Mas apenas 11,43% não disponibilizam dessas informações.

Tabela 12 Informações aos funcionários

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	31	88,57	88,57
Não	4	11,43	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,06

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Diante da Tabela 13 pode-se observar que 60% das empresas desenvolvem ou apóia algum projeto social, já que acreditam que a comunidade necessita de ações que proporcionem melhores condições de vida. Enquanto 40% das empresas não integram em suas atividades

ações que beneficiem diretamente a sociedade, tendo em vista que, segundo o Instituto ETHOS (2008) uma empresa só é considerada de RSE se tiverem iniciativas de cunho social para a comunidade e algumas vezes perante o público interno. Verificando o grau de importância que as empresas dão em relação à realização de projetos sociais, foi constatado que não acha importante ou se mostraram imparcial em apoiar ações sociais.

Tabela 13 Realização de projeto social

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	21	60	60
Não	14	40	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,89

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 14 analisa se as empresas pesquisadas possuem programas para estimular a melhoria dos processos internos. Os resultados apontaram que 85,71% das indústrias possuem práticas informais de ouvir e avaliar as sugestões e críticas dos seus colaboradores, uma vez que acreditam que esse diálogo é bastante proveitoso para o desempenho da empresa, enquanto que apenas 14,29% dos entrevistados assumiram que não adotam essa política de gerenciamento. Com relação ao grau de importância, acredita que se torna importante uma gestão participativa entre gestores e funcionários estimulando políticas de reconhecimento integrado das partes que formam a organização.

Tabela 14 Realização de uma gestão participativa

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	30	85,71	85,71
Não	5	14,29	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,43

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

No tocante a Tabela 15 apresenta se a empresa dispõe de programas contra acidente de trabalho. Os resultados apontaram que 77,14% das empresas disponibilizam dessa prática preservando a vida de seus funcionários, pois afirmam que trabalhar com segurança traz conforto e credibilidade diante dos seus colaboradores, enquanto 22,86% não possuem essa preocupação com seus funcionários mantendo-os apenas alertados com relação a acidentes de trabalho. Levando em consideração o grau de importância a maioria das empresas acreditam ser de muito importante dispor de programas contra acidentes de trabalho já que zelam por seus funcionários.

Tabela 15 Disponibilização de programas contra acidente de trabalho

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	27	77,14	77,14
Não	8	22,86	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,06

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 16 destaca se a empresa dispõe de programas de contratação de estagiários. Constata-se com 77,14% que as empresas não se preocupam em contratar estagiários pelo fato de disponibilidade para a empresa, ou seja, estagiários possuem uma carga horária de trabalho reduzido, e em seu entendimento uma redução na produção, pois confirma que necessita de funcionários que tenham tempo integral para a realização de suas atividades, proporcionando assim um maior rendimento, e apenas 22,86% possuem em suas empresas estagiários, por acreditarem na capacidade e a busca de novos conhecimentos, garantindo seus direitos e proporcionando oportunidades de emprego e renda para os jovens pois ressaltam que estagiários podem trazer inovação para sua empresa. A grande maioria dos entrevistados não consideram importante ou imparcial a contratação de estagiários.

Tabela 16 Contratação de estagiários

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	8	22,86	22,86
Não	27	77,14	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,43

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 17 demonstra que apenas 11,43% dos entrevistados têm parcerias com creches ou escolas para funcionários ou filhos de funcionários, enquanto que 88,57% não possuem nenhum convenio contínuo. Confirmam também não ser importante possuir esse benefício já que os recursos são poucos e não atenderia todos os funcionários.

Tabela 17 Benefícios para os funcionários

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	4	11,43	11,43
Não	31	88,57	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,09

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Verificou-se na Tabela 18 que as empresas não monitoram seus quadros de funcionários na busca de equidade na participação de homens e mulheres, bem como 17,14% dos entrevistados responderam que sim, monitoram seus quadros funcionais. Já 82,86% da população em estudo não se preocupam em diversificar seus trabalhadores, recrutando seus funcionários por questões de necessidade empresarial. Afirmam também, não ser importante essa equidade entre homens e mulheres já que recrutam seus funcionários de acordo com a necessidade de suas atividades, as indústrias normalmente desenvolvem trabalho que exige força física, e os homens, segundo os entrevistados são os mais indicados para a realização dessas tarefas, ficando as mulheres na maioria das vezes responsáveis pela área administrativa.

Tabela 18 Monitoramento do quadro de funcionários

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	6	17,14	17,14
Não	29	82,86	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 19 demonstra se a empresa tem em seu quadro pessoas com deficiência. Os resultados encontrados foram 88,57% das empresas responderam que não e apenas 11,43% responderam que sim, que oferecem cargos com para pessoas com deficiência. Os entrevistados não acham importante ou imparcial a contratação de pessoas deficientes, já que o grau de importância esteve concentrado entre a escala 1 (não importante) e 3 (neutro).

Tabela 19 Possui pessoas com deficiência

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	4	11,43	11,43
Não	31	88,57	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,26

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Com relação à Tabela 20 foi questionado se a empresa possui trabalhadores terceirizados. Os resultados mostram que 57,14% das empresas integram em seu quadro de funcionários, profissionais terceirizados mantendo a igualdade nas condições de trabalho dos demais e 42,86% não possuem relação com trabalhadores terceirizados. De acordo com as informações obtidas dos entrevistados, não é importante ou imparcial a integração de profissionais terceirizados.

Tabela 20 Contratação de trabalhadores terceirizados

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	20	57,14	57,14
Não	15	42,86	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,69

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

No que se refere a variável da Tabela 21 verificou-se que 34,29% das empresas industriais fazem doações de produtos, serviços ou recursos financeiros para a sociedade, algumas de forma mais constante e outras colaboram sempre que são solicitadas. Sendo que 65,71% não acompanham essa prática, um resultado insatisfatório para a realidade da sociedade em que estão inseridas. Além de confirmarem não acharem importante essa prática.

Tabela 21 Prática de doações, serviços ou recursos financeiros

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	12	34,29	34,29
Não	23	65,71	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,51

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Nesta Tabela 22 foi investigado se a empresa realiza bonificações de seus colaboradores a partir dos desempenhos demonstrados nas atividades empresariais.

Os resultados apontam que 62,86% estimulam os seus funcionários com bonificações pelo desempenho atingido (principalmente vendedores e trabalhadores da produção), reconhecendo que essa é uma forma de investimento e pode garantir bons resultados no ambiente empresarial e profissional já que funcionários estimulados tendem a produzirem cada vez mais e com melhor qualidade. Todavia, 37,14% não oferecem a seus colaboradores nenhum tipo de bonificação optando por adotar políticas de remuneração igualitária. O grau de importância identificado pela maioria das empresas foi de 2,77% significando que não acham importante essa prática, vê-se uma contradição nas informações por parte dos entrevistados já que os mesmos afirmaram realizar bonificações com seus colaboradores devido a bons desempenhos demonstrados nas atividades empresariais, já que existe a prática deveria existir importância para os mesmos realizá-las.

Tabela 22 Remuneração e benefícios dos funcionários

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	22	62,86	62,86
Não	13	37,14	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			2,77

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 23 observa se as empresas possuem política de respeito à privacidade de seus funcionários, ficando apenas sob a responsabilidade da área de recursos humanos. De acordo com a resposta dos entrevistados 91,43% respeitam a privacidade de seus funcionários, restringindo as informações apenas ao setor responsável. E apenas 8,57% afirmam que não há restrição visto que as informações são abertas e acessíveis a todos. Dessa forma confirmou ser de muita importância essa prática.

Tabela 23 Privacidade dos funcionários

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	32	91,43	91,43
Não	3	8,57	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,09

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Avaliando a Tabela 24, identificamos que todas as empresas da amostra proporcionam acesso fácil de serviço de atendimento ao cliente, como também afirmam ser muito importante, pois visam ganhar credibilidade e confiança, agregando qualidade de seus produtos e serviços.

Tabela 24 Atendimento ao cliente

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	35	100	100
Não	0		
Grau de importância do gestor			4,46

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 25 foi questionada acerca da rotatividade dos colaboradores, pode-se averiguar de acordo com os entrevistados, que com 97,14% das organizações acompanham e avaliam a rotatividade de seus colaboradores, uma vez que acreditam que o desenvolvimento da

empresa está intimamente ligado ao seu relacionamento com os colaboradores quando os mesmos também conhecem todas as funções e são capazes de realizá-las. E somente 2,86% não seguem essa prática. Com relação ao grau de importância a maioria afirma ser importante essa prática, porque com a rotatividade tem como aprimorar o monitoramento e desempenho nas funções, onde os funcionários são capazes de exercitar a função do outro quando preciso uma substituição, mantendo assim um bom rendimento na organização e em muitos casos evita uma provável fraude.

Tabela 25 Rotatividade dos colaboradores

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	34	97,14	97,14
Não	1	2,86	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,23

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

A Tabela 26 pretende analisar se a empresa cumpre os parâmetros e requisitos exigidos por lei e mantém práticas internas de melhoramento ambiental. Verificou-se que 91,43% das empresas utilizam essa prática, afirmando assim o comprometimento da empresa com a natureza. Bem como, 8,57% das empresas entrevistadas não utilizam a prática ambiental. A preocupação da empresa com os problemas ambientais causados pelas atividades realizadas está crescendo, por isso os entrevistados confirmam ser muito importante o interesse de preservação ambiental.

Tabela 26 Práticas internas ambientais

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	32	91,43	91,43
Não	3	8,57	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,23

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Ao analisar a Tabela 27 é possível perceber que 94,29% das empresas estão preocupadas com os aspectos ambientais que envolvem atividades de empreendimento. Enquanto 5,71% não incluem em seus planejamentos práticas ambientais. Contudo, as empresas afirmam ser muito importante a utilização de práticas de gestão ambiental em suas atividades, pois além do comprometimento e melhoramento ambiental, esses recursos podem trazer vantagens competitivas melhorando seu desempenho no mercado.

Tabela 27 Aspectos ambientais junto ao empreendimento

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	33	94,29	94,29
Não	2	5,71	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,31

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Pode-se observar que ao ver a Tabela 28 as empresas desenvolvem periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água, energia, reciclagem de materiais, resíduos etc. Desse modo, 88,57% admitem a utilização dessa consciência ambiental, visto que além de preservar o meio ambiente ainda reduzem os custos, já que a utilização coerente e racional dos recursos naturais torna-se uma questão interessante tanto para o lado financeiro da empresa como para a natureza. Quanto ao grau de importância sobre este aspecto, a maior parte das Indústrias de Cajazeiras - PB acredita ser interessante abordar campanhas de educação e conscientização ambiental em suas atividades.

Tabela 28 Campanhas de educação e conscientização ambiental

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	31	88,57	88,57
Não	4	11,43	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			4,51

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Na tabela 29 pode-se analisar que 77,14% das empresas entrevistadas escolhem seus fornecedores não só pelo preço e qualidade dos produtos, mas também observam sua postura frente à sociedade e a questões sociais e ambientais. Já 22,86% não utilizam esse tipo de prática. A maioria afirma ser importante o gestor utilizar essa prática incentivando seus fornecedores a adotarem procedimentos de comprometimento com a Responsabilidade socioambiental.

Tabela 29 Escolha dos fornecedores

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	27	77,14	77,14
Não	8	22,86	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,54

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Como mostra a Tabela 30 somente 45,71% das empresas utilizam as ações de Responsabilidade Social desenvolvidas pela entidade como um diferencial para agregar valor a sua marca, já 54,29% não associam essas práticas a sua imagem, pois ainda não despertaram que a política de marketing socioambiental pode criar uma imagem de credibilidade e confiança junto à sociedade.

Tabela 30 Valorização da marca no mercado

Opções	Frequência	%	% Acumulado
Sim	16	45,71	45,71
Não	19	54,29	100
Total	35	100	
Grau de importância do gestor			3,17

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelo o estudo realizado sobre as práticas gerenciais de Responsabilidade Socioambiental, percebeu-se que as indústrias da cidade de Cajazeiras - PB tenta procurar através de suas ações o desenvolvimento econômico e social, bem como algumas empresas ainda não utilizam essa prática, mais reconhecem sua importância.

Atualmente a preocupação das empresas em relação às ações socioambientais torna-se uma questão importante para o seu desempenho no mercado. Essas práticas podem trazer vantagens competitivas para a organização, pois a sociedade está cobrando das organizações o comprometimento e ações que minimizem seus impactos ambientais e proporcionem uma qualidade de vida para a sociedade.

Diante disto, a pesquisa verificou quais as práticas gerenciais de Responsabilidade Socioambiental que são desenvolvidas em relação ao seu público, interno e externo, já que a necessidade de satisfazer seus usuários fez com que às empresas utilizassem ferramentas capazes de auxiliar no processo decisório caracterizando suas ações e classificando-as como RSE.

Conforme as informações obtidas, alguns resultados chamaram a atenção e conclui-se que 88,57 % realizam treinamento ou capacitação profissional com os seus funcionários para garantir que as atividades sejam desenvolvidas de maneira correta e eficiente, bem como utilizam práticas explícitas quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas e 91,43% das empresas possuem pessoas responsáveis para lidar com questões éticas profissionais desse âmbito.

Assim, pode-se observar que 60% dos gestores através de realizações de projetos sociais contribuem para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, como também se mostram preocupados com os problemas ambientais, já que 91,43% das organizações utilizam praticas ambiental e confirmam ser muito importante a utilização desses processos, pois alem do comprometimento social, há uma vantagem competitiva no mercado.

Nesse sentido, 88,57% admitem a utilização dessa consciência ambiental, visto que além de preservar o meio ambiente ainda reduzem os custos, já que a utilização coerente e racional dos recursos naturais torna-se uma questão interessante tanto para o lado financeiro da empresa como para a natureza.

Contudo, segundo a opinião dos entrevistados 65,71% das empresas não possuem programas para empregar pessoas da comunidade, identificando a falta de compromisso com a comunidade, já que as mesmas não contribuem com a diminuição do desemprego e desenvolvimento local, como também não fazem doações e afirmam não ser importante essa prática.

Portanto a análise dos resultados deste trabalho identifica que as indústrias da cidade se mostraram interessadas com questões que evidenciam uma gestão socialmente responsável, bem como afirmaram o comprometimento da empresa com o meio ambiente, pois fazem uso de práticas gerenciais de Responsabilidade Socioambiental, mesmo que informal, mas reconhece a importância dessas ações como forma de garantir a competitividade organizacional, promovendo o desenvolvimento empresarial e social.

4.1 Recomendações

Em pesquisas futuras pode-se observar além das informações deste trabalho e análise das conclusões os possíveis estudos:

- Um estudo comparando a importância da utilização das práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas das regiões circunvizinhas.
- Quais os ganhos em percentual nas empresas que aderiram a essa gestão.
- Um estudo comparativo entre empresas que utilizam uma gestão social com empresas que ainda não utilizam essa gestão.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo Saraiva, 2002.
- BRAGA, Célia. **Contabilidade Ambiental: Ferramenta para a Gestão da Sustentabilidade**. São Paulo, SP: Atlas, 2007.
- CARVALHO, Fernando Nitz de CRISPIM, Graciele Hernandez; ALBERTON, Luiz. **A evidenciação da responsabilidade social/ambiental na perspectiva de um novo contexto empresarial**. In: IV Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 2004, São Paulo.
- DUTRA, Érika Mayane Aristótelis. **Práticas Gerenciais de Responsabilidade Social: Um Estudo nas Indústrias da Cidade de Sousa-PB**. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) UFCG: Universidade Federal de Campina Grande, 2009.
- ETHOS – Instituto Ethos de Responsabilidade Social: www.ethos.org.br
- FERREIRA, Araceli Cristina de Sousa. **Contabilidade Ambiental: Uma informação para o Desenvolvimento Sustentável**. 2ª Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007.
- FRANCO, Hilário, **Contabilidade Geral**. 23ª. ed. São Paulo:Atlas, 1997.
- FREIRE, Fátima de Souza; LIBERATO, Mônica Coelho. **Índice de sustentabilidade empresarial versus índices financeiros e sociais de empresas brasileiras**. In: XIV Congresso Brasileiro de Custos – João Pessoa, PB, Brasil, 05 a 07 de dezembro de 2007
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- HORNGREN, Charles T.; SUNDEM, Gary L.; STRATTON, William O. **Contabilidade Gerencial**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.
- KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- LOPES, Alexandro Broedel; MARTINS, Eliseu. **Teoria da Contabilidade: uma nova abordagem**. São Paulo, SP: Atlas, 2005.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 8ª ed. – 3. Reimp – São Paulo: Atlas, 2008.
- MOLINA, M. J. T. O Método científico Global. Livros on-line: Editora Molwick, 2009. Disponível em: < <http://www.molwick.com/pt/livros/z-livros-metodos-cientificos.pdf>> Acesso em: 03 de Dezembro de 2009.
- PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental: Evidenciação dos Gastos Ambientais como Transparência e Focada na Prevenção**. São Paulo, SP: Atlas, 2006.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa Social: **Métodos e Técnicas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SOUZA, Antonio Carlos; FIALHO, Francisco; OTANI, Nilo. TCC: **Métodos e Técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

SANTOS, José Luiz dos Santos; SCHMIDT, Paulo; FERNANDES, Luciane Alves, MACHADO, Nilson Perinazzo. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2007.

TINOCO, João Eduardo Prudência; KRAEMER, Maria Elizabeth Pereira. **Contabilidade e Gestão Ambiental**. 2º Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudência. **Balço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

APÊNDICES



PESQUISA: PRÁTICAS GERENCIAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL UTILIZADAS EM EMPRESAS INDUSTRIAIS

Orientanda: Ligia

Orientador: MSc. José Ribamar Marques de Carvalho

QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA

1. Cargo do entrevistado: _____
2. Ramo de Atividade: _____
3. Porte da empresa: () Micro empresa () Pequena empresa () Média empresa () Grande empresa
4. Abaixo consta uma série de assertivas/questionamentos que tentam analisar indicadores de responsabilidade social nas empresas industriais da cidade de Cajazeiras-PB. Primeiramente você é questionado se a empresa utiliza ou não determina prática e logo após o grau de importância (numa escala de 1 a 5) de cada assertiva/questionamento, onde:
 1 - Não é importante; 2 - Imparcial; 3 - Importante; 4 - Imparcial; e 5 - Muito importante.

Nº	Assertivas/questionamentos	Opção	Grau de Importância				
			1	2	3	4	5
01	A empresa desenvolve atividades de treinamento para seus colaboradores.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
02	A empresa utiliza de práticas explícitas quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações empresariais	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
03	Possui programas para empregar maior número de pessoas da comunidade.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
04	A empresa têm pessoas responsáveis por questões empresariais éticas.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
05	A empresa desenvolve procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito as ações éticas empresariais	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
06	A empresa mantém comunicação regular com grupos ou partes interessadas que critiquem a natureza de seus processos, produtos e	Sim ()	1	2	3	4	5

	serviços.	Não ()					
07	A empresa segue práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumprindo a legislação, buscando um posicionamento legal.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
08	A empresa fornece informações que afetam os trabalhadores em tempo hábil para que estes e o (s) sindicato (s) se posicionem.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
09	Desenvolve ou apóia algum projeto de ação social.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
10	Na empresa há programas para estimular e reconhecer sugestões e críticas dos funcionários para a melhoria dos processos internos.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
11	A empresa dispõe de programas contra acidente de trabalho.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
12	A empresa dispõe de programas de contratação de estagiários.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
13	A empresa tem parcerias com creches ou escolas para os funcionários ou filhos dos funcionários.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
14	A empresa monitora seus quadros de funcionários buscando equidade na participação de homens e mulheres.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
15	A empresa tem em seu quadro pessoas com deficiência.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
16	A empresa possui trabalhadores terceirizados.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
17	Faz doações de produtos, serviços ou recursos financeiros.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
18	A empresa realiza bonificações de seus colaboradores a partir dos desempenhos demonstrados nas atividades empresariais.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
19	Possui política de respeito a privacidade de seus funcionários, ficando apenas sob a responsabilidade da área de recursos humanos.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5

20	A empresa proporciona acesso fácil de serviço de atendimento ao cliente	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
21	A empresa acompanha e avalia a rotatividade dos colaboradores.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
22	A empresa cumpre os parâmetros e requisitos exigidos por lei e mantém práticas internas de melhoramento ambiental.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
23	A empresa está preocupada com os aspectos ambientais que envolvem a atividades do empreendimento.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
24	Há desenvolvimento periódico de campanhas internas de redução do consumo de água, energia, reciclagem de materiais, resíduos etc.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
25	A preocupação em escolher fornecedores não só pelo preço e qualidade mas também que utilizem políticas públicas sociais.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5
26	A empresa utiliza da responsabilidade social para agregar valor a sua marca.	Sim () Não ()	1	2	3	4	5

Desde já agradecemos pela sua atenção, bem como sua valiosa contribuição na consecução do nosso estudo.

A pesquisadora.

Fone: (83) 8725-0297