



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



**SAMANIEGO TAYRON DA SILVA LOPES**

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL ADOTADAS EM EMPRESAS NA  
CIDADE DE SOUSA - PB**

**SOUSA - PB**

**2018**

**SAMANIEGO TAYRON DA SILVA LOPES**

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL ADOTADAS EM EMPRESAS NA  
CIDADE DE SOUSA - PB**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, da UFCG, com requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso.

**Orientadora:** Dr<sup>a</sup> Sheylla Maria Mendes.

**SOUSA-PB**

**2018**

**SAMANIEGO TAYRON DA SILVA LOPES**

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL ADOTADAS EM EMPRESAS NA  
CIDADE DE SOUSA - PB**

**Monografia aprovada em \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_**

---

**Prof. (a). Dr<sup>a</sup> SHEYLLA MARIA MENDES**

---

**Profa. ...., Dr<sup>a</sup>.**

**Examinador –**

---

**Prof. ...., Dr.**

**Examinador –**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e por me proporcionar chegar até aqui. A minha família, em especial a minha mãe/avó Lindalva, minha mãe Luciene, meu pai Juvenil, meu irmão Shandler Tassy e minha esposa Rayara, por toda a dedicação, amor, carinho e paciência que tiveram comigo, contribuindo diretamente para que eu pudesse ter um caminho menos tortuoso e experiências significativas durante esses anos.

Agradeço a todos os professores da UFCG, em especial a minha orientadora, Dr<sup>a</sup> Sheylla Maria Mendes, pela paciência, dedicação e ensinamentos que possibilitaram que eu realizasse este trabalho e desenvolvesse os conhecimentos adquiridos.

Quero agradecer também aos meus amigos Eduardo, Kaio e Thiago, pois, eles foram peças fundamentais no convívio acadêmico, incentivando, criticando e apoiando nos momentos certos. Levo para toda a minha vida a amizade cultivada e colhida entre nós.

Por fim, agradeço a Maria de Fátima da Silva Marinho (In memoriam), pelo esforço e dedicação no qual me ofereceu durante toda sua vida, acreditando no meu sucesso e no ser humano que me tornaria. E que todas as minhas conquistas são dedicadas a você, porque sei que nunca estarei sozinho.

Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.

**Charles Chaplin**

## **RESUMO**

Diante dos novos desafios presentes na sociedade contemporânea as empresas vêm sendo orientadas a atuarem adotando práticas eficientes não somente para potencializar os seus lucros. Muito além da geração de lucros cabe a elas colaborarem com o desenvolvimento social e a preservação ambiental. Esse trabalho investiga os fatores que vem dificultando a adoção as práticas de responsabilidade social especificamente em empresas situadas na cidade de Sousa – PB. Os dados foram coletados através da realização de entrevistas e os resultados obtidos foram submetidos a análise de discurso. Os resultados obtidos revelaram que as empresas apresentam práticas de responsabilidade social diferentes. No entanto, foram identificados que elas permanecem atuando com muitas características típicas da cultura tradicional do contexto que estão inseridas evidenciando dessa forma o quanto são insipientes as suas práticas de responsabilidade social.

Palavras chave: Responsabilidade social; reciclagem; empresas; cultura.

## **ABSTRACT**

Faced with the new challenges present in contemporary society, companies are being guided to adopt efficient practices not only to increase their profits. Far more than generating profits, it is up to them to collaborate with social development and environmental preservation. This work investigates the factors that are making it difficult to adopt social responsibility practices specifically in companies located in the city of Sousa - PB. The data were collected through interviews and the results were submitted to discourse analysis. The results showed that companies present different social responsibility practices. However, they have been identified that they continue to act with many typical characteristics of the traditional culture of the context that are inserted, thus evidencing how insipient their practices of social responsibility are.

Palavras-chave: Social responsibility; recycling; companies; culture.

## SUMÁRIO

<b>1. ASPECTOS INTRODUTÓRIOS .....</b>	<b>8</b>
<b>1.1. Objetivos .....</b>	<b>9</b>
1.1.1. Objetivo geral .....	9
1.1.2. Objetivos específicos .....	9
<b>1.3. Justificativa .....</b>	<b>10</b>
<b>2. AS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL SOB UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. As práticas de responsabilidade social no contexto brasileiro .....</b>	<b>17</b>
<b>3. CONSIDERAÇÕES METODOLOGICAS .....</b>	<b>26</b>
<b>4. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL ADOTADAS EM EMPRESAS DA CIDADE DE SOUSA .....</b>	<b>28</b>
<b>4.1. Caracterização das empresas entrevistadas .....</b>	<b>28</b>
<b>4.2. Métodos para o descarte do lixo .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3. Tipos de materiais e embalagens utilizados .....</b>	<b>33</b>
<b>4.4. Atuação em projetos sociais .....</b>	<b>34</b>
<b>4.5. A responsabilidade social repassada de empresa para colaborador .....</b>	<b>36</b>
<b>5. CONCLUSÃO .....</b>	<b>38</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>
<b>ANEXOS</b>	





## 1. ASPECTOS INTRODUTÓRIOS

Muito se tem discutido, recentemente, acerca da responsabilidade social, seja nos meios corporativos onde o lucro máximo é o que continua impulsionando grande parte as empresas, e a sociedade que busca a constante melhora na qualidade de vida, tendo em vista que o meio ambiente tem papel fundamental em ambos.

Países considerados centrais como Estados Unidos, França, Bélgica, entre outros (nos quais se adequam a minoria da população mundial) se mostram cada vez mais privilegiados e com poderio de consumo elevado, utilizando-se dos recursos, sobretudo pela atuação das grandes indústrias que na busca incessante por lucros, ocasionam na maioria das vezes uma poluição exacerbada no planeta. Essa situação diverge da realidade presente nos países periféricos que correspondem, a partir da perspectiva de Furtado (1996) a maioria da população mundial. Segundo as considerações do referido autor nos países periféricos o que se destaca é a escassez e deficiência dos recursos que acabam representando um entrave no processo de desenvolvimento.

Os pesquisadores que vem se posicionando sobre essa temática ressaltam que as empresas possuem grande relevância para o desenvolvimento da economia de um país, região, estado ou cidade. Em virtude disso elas adquirem a responsabilidade na preservação dos recursos naturais que utilizam podendo atuar minimizando os impactos sobre o meio ambiente.

De acordo com Ribeiro (2005), as empresas do setor privado cada vez mais expõem o interesse de realizar e divulgar as atividades de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Ribeiro (2005) ressalta ainda que a busca da realização dessas atividades continua distante do ideal, pois, fundações e instituições de origem privada pouco comprovam a relação das atividades sociais, para o desenvolvimento humano e social.

É nesse contexto social que a responsabilidade social vem se apresentando com destaque em diversos segmentos. Comportamentos, posturas e ações são adotados de maneira voluntária pelas empresas, buscando atingir os públicos interno e externo, para promover o bem-estar social e ambiental (EON, 2015).

É importante salientar que essas atuações são vistas em muitos casos como uma estratégia das empresas para que elas possam ser mais reconhecidas socialmente. Além disso, é possível reconhecer que a adoção das práticas de responsabilidade social apresenta outros objetivos como conscientizar interna e externamente os colaboradores de uma determinada

organização, um melhor manuseio de seus produtos, cuidado com os recursos que estão presentes no meio ambiente, entre outros.

Apesar dos pesquisadores apresentarem reflexões diversas sobre essa temática eles parecem apresentar perspectivas em comum. A título de exemplo identificam que cada ator social tem um papel fundamental para a promoção do desenvolvimento sustentável, podendo colaborar conseqüentemente para a manutenção dos recursos naturais indispensáveis para a garantia das condições que o ser humano, as espécies animais e as gerações futuras necessitam para sobreviverem.

Nesse sentido, esse trabalho monográfico busca investigar o seguinte questionamento: **Quais as dificuldades enfrentadas pelas empresas na adoção e manutenção de práticas de responsabilidade social?**

## **1.1. Objetivos**

### 1.1.1. Objetivo geral

Identificar os fatores que dificultam a adoção e manutenção das práticas de responsabilidade social, em empresas situadas na cidade de Sousa – PB.

### 1.1.2. Objetivos específicos

- Verificar os métodos utilizados pelas empresas para o descarte do lixo.
- Constatar se os materiais e embalagens utilizados pelas empresas são de fácil decomposição.
- Constatar se as empresas apoiam continuamente algum projeto social que vise promover o desenvolvimento local.
- Verificar como as práticas de responsabilidade social desenvolvidas pelas empresas são repassadas aos colaboradores.

## 1.2. Justificativa

Para fundamentar a elaboração desse trabalho, foi efetivado reflexões sobre estudos realizados em outros estados brasileiros, que demonstram a importância de se aprofundar na questão de responsabilidade social dentro das organizações. Um exemplo é a pesquisa sobre responsabilidade social em supermercados na cidade de Natal no estado do Rio Grande do Norte, em que avaliando as práticas responsáveis e estimulando formas de construir a sustentabilidade, os supermercados trabalham de um aspecto geral para minimizar/aliviar impasses sociais e não tratam de forma definitiva esses problemas, mas essencialmente servindo de exemplo para as demais empresas do ramo (PIMENTA; MORAIS, 2014).

Uma outra pesquisa relevante nessa área corresponde ao realizado por Costa (2015), com o título de Sustentabilidade em Shopping Centers no Brasil. No livro, o autor se refere a uma ferramenta de mensuração de Responsabilidade Social efetuado em 50 shoppings brasileiros, que no fim é feito um comparativo entre dois shoppings distintos no que se aplica a Responsabilidade Social.

De acordo com Ashley (2002) o comprometimento e a responsabilidade envolvendo as práticas sociais, exercem influência para uma nova maneira de pensamento e atuação no âmbito do mercado, trazendo, uma implicação no desenrolar do mundo dos negócios e desempenhando juízo de valor no cuidado com a humanidade.

Ressalta-se que as empresas atuam em conjunto com a responsabilidade social, com diferentes vertentes, mas com a mesma finalidade, em mostrar as atuações dessas corporações para com a sociedade e o meio ambiente. Para um melhor entendimento Alledi Filho, et al. (2012) esclarece essa questão, como veremos a seguir.

Dentre essas vertentes se destacam a forma de atender uma demanda social, que enquanto reduz os impactos causados pelas atividades de uma determinada empresa, investimentos socioambientais são feitos, sem interferir nas suas operações e competitividade de mercado diretamente. Outra vertente é a responsabilidade social estratégica, na qual altera as atividades produtivas da empresa em benefício da sociedade, intensificando sua tática de negócio, ampliando a competitividade da empresa no mercado.

Nesse sentido destaca-se a necessidade de se conhecer com maior profundidade as características presentes na região da cidade de Sousa – PB, pois, esse tipo de conhecimento poderá oferecer bases para a implementação de ações capazes de aperfeiçoar as práticas de responsabilidade social. Dessa forma esse estudo pode colaborar com a promoção do

desenvolvimento na cidade e conseqüentemente na região que apesar das profundas inovações incorporadas ao longo do século XX continua ainda marcada pela seca, desemprego, analfabetismo e violência que inexoravelmente representam um entrave para o desenvolvimento nessa região.

Esse trabalho monográfico está estruturado em três capítulos. O primeiro deles capítulo intitulado “A responsabilidade social a partir de uma perspectiva histórica” descreve alguns elementos que possibilitaram a emergência da responsabilidade social na sociedade contemporânea em âmbito internacional e nacional. Para isso foram evidenciadas reflexões de autores relevantes como Celso Furtado (1996), Ignacy Sachs (2008) e Anthony Giddens (2005) que desenvolvem reflexões relevantes sobre essa temática. Além disso nesse capítulo são evidenciados dados que expressam o envolvimento de empresas, colaboradores e da sociedade no que se refere a responsabilidade social.

O segundo capítulo intitulado “Considerações Metodológicas” aborda os procedimentos utilizados para a realização dessa pesquisa. Também são evidenciados outros elementos tais como o tipo de pesquisa, forma de abordagem no que se refere a coleta de dados, escolha do público investigado e a forma de tratamento de dados. Ainda nesse capítulo foi efetivado uma breve explanação evidenciando como as empresas entrevistadas estão inseridas no mercado local, seus moldes no que tange o desenvolvimento e valor de seus colaboradores, estrutura e condições de trabalho.

O terceiro capítulo intitulado “ Considerações sobre as práticas de responsabilidade social adotadas nas empresas da cidade de Sousa”. Nele foi evidenciado os resultados dessa pesquisa. Foi demonstrado algumas características das empresas investigadas assim como os resultados da pesquisa que correspondem ao levantamento de algumas questões que vem dificultando a adoção e manutenção das práticas de responsabilidade social.

Na conclusão foi comprovado os desafios enfrentados pelas empresas para atuarem no contexto que estão inseridas colaborando mais eficientemente com o seu desenvolvimento assim como alguns elementos que evidenciam a relevância de estudos nessa área do conhecimento.

## **2. AS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL SOB UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA**

De acordo com Costa (2014) a responsabilidade social é um contribuinte de ações e causas sociais proeminentes, que beneficia a sociedade e colabora com a política social, diminuindo os impactos causados pelo uso excessivo dos recursos naturais, juntamente com a preservação cultural, reduzindo a desigualdade social e preservando a diversidade.

O vocábulo “Responsabilidade Social” algumas vezes possui significado diferente. Muitos compreendem como a ideia de responsabilidade ou obrigação legal, por outro lado, outras pessoas têm como um sentido de “socialmente consciente”. Além de que, outros, igualar-se o termo a uma contribuição caridosa (DE BENEDICTO; RODRIGUES; PENIDO, 2008).

Muitas pessoas ainda veem a expressão “responsabilidade social” de forma rasa, porém, a importância e as variadas formas de se utilizar de ações responsáveis contribuem não só para uma determinada esfera de grupo, mas feito de maneira correta e consciente, o benefício se torna mútuo.

Ashley (2003 *apud* Silva, 2009) denota o termo responsabilidade social pela visão do empresário, correspondendo em um modo de maximizar seus lucros, cooperando para o seu desenvolvimento econômico. Este caminho intervém diretamente no comportamento do exponencial cliente, onde este começa a ter consciência de pesquisar empresas que disponibilizam produtos ou serviços que trazem melhorias para a comunidade, procedem de forma ética com as partes cativadas e não deterioram o meio ambiente onde estão colocados.

O termo “responsabilidade social” segundo Oliveira (2000, p. 2, *apud* DE BENEDICTO; RODRIGUES; PENIDO, 2008) surgiu pela primeira vez, escrita em um manifesto de 120 indústrias inglesas. O documento cita que a “responsabilidade dos colaboradores que dirigem a corporação é de conservar um equilíbrio justo entre os múltiplos interesses dos públicos, dos acionistas, dos funcionários, dos consumidores”.

Porém, de acordo com Oliveira (2000, p. 2, *apud* DE BENEDICTO; RODRIGUES; PENIDO, 2008) as manifestações que iniciaram a defesa dessa ideia começaram a existir no início do século XX, com os americanos Charles Eliot (1906), Hakley (1907) e John Clark (1916), e o inglês Oliver Sheldon em 1923.

De acordo com a perspectiva de Candil (2010) naquele contexto, o homem não tinha precaução com o esgotamento de seus recursos. Quando os recursos se esgotavam, pesquisavam-se novas fontes, extraindo somente aquilo que a natureza possibilitaria. Ressalta ainda que nada se conservava ou se produzia, apenas retirado. Nessa fase não existia noção a respeito dos assuntos econômicos, sociais e ambientais.

Convergindo para eixo social, constata-se que para uma organização alcançar e conservar uma imagem favorável no mercado, produtos e serviços de qualidade não é o suficiente, pagar seus impostos em dia e gerar empregos; ela necessita, também, operar de forma ética, visando um tratamento coeso tanto para clientes, bem como para seus colaboradores, contribuindo inclusive de forma palpável com a minimização dos problemas sociais da coletividade (ASHLEY, 2006).

Após a Primeira Guerra Mundial segundo Orchis; Yung; Morales (2000, p. 4-6, *apud* DE BENEDICTO; RODRIGUES; PENIDO, 2008) um novo direcionamento administrativo ganhou estímulo, ao ser notada uma grande cooperação entre a indústria e a comunidade, dirigida em função da necessidade de reconstrução de muitas nações. Durante essa época, associações de indivíduos na sociedade, sindicatos, clubes políticos e igrejas cresceram visando a melhoria das condições dos trabalhadores e da sociedade em geral. A vontade de ajudar, que se deu início na sociedade, juntamente com o conhecimento científico aplicado à administração, a responsabilidade social começa a ser implementada nos objetivos das empresas.

É interessante observar que, as implicações derivadas dos atos da sociedade ou de grupos específicos, sejam esses atos por consequência política, religiosa ou quaisquer outros motivos, tiveram grande importância no que se refere a construção de pensamentos e ações em favor da responsabilidade social nas empresas.

Diante de um cenário que se apresentava ainda em fase de maturação, documentos, instituições e conferências se mostravam como meios de impulsionar o desenvolvimento responsável em todos os âmbitos. Dentre os importantes passos para alcançar o contexto desejado, Oliveira (2002) descreve que, em 1945 é divulgada a Carta das Nações Unidas, na Conferência de São Francisco (ano da criação oficial da Organização das Nações Unidas (ONU), inicialmente composta por 51 países). Essa carta tinha como objetivos a defesa dos direitos fundamentais do ser humano; garantir a paz mundial, colocando-se contra qualquer tipo de conflito armado; na busca de mecanismos que promovam o progresso social das nações e na criação de condições que mantenham a justiça e o direito internacional.

Oliveira (2002) desafia que os direitos humanos e as liberdades substanciais de toda a população, faz parte de um processo de crescimento e melhoria na qualidade de vida promovida pela ONU, possibilitando também a promoção do avanço econômico e social.

A evolução do sistema capitalista, no último quarto de século, caracterizou-se por um processo de homogeneização e integração do centro, um distanciamento crescente entre o centro e a periferia e uma ampliação considerável do fosso que, dentro da periferia, separa uma minoria privilegiada e as grandes massas da população (FURTADO, 1996, p. 45).

É considerável elucidar a importância de uma instituição como a ONU na sociedade, introduzindo os argumentos de Oliveira (2002) dentro da citação acima de Furtado (1996), observando a ampla gama de ações sociais e responsáveis em todas as classes.

Outros momentos históricos fazem parte do desenvolvimento da responsabilidade social. Ainda por volta do século XX, Giddens (2005) cita que a enorme queima de carvão provocou a poluição no ar da Grã-Bretanha, que por consequência joga sobre a atmosfera fumaça negra de muita densidade e dióxido de enxofre que para aquecerem fábricas e residências, se utilizavam desse carvão. No intuito de minimizar o impacto produzido por esse material, foi aprovado em 1956 a Lei do Ar Puro que regulava as emissões de gases das chaminés. O gás natural, o querosene e o propano, foram alguns dos produtos introduzidos de forma que não produzissem fumaça. Esses produtos ainda são muito utilizados na Grã-Bretanha e em diversos países industrializados.

Além disso, a grande expansão econômica que marcou as décadas de 1950 e 1960 provocou um ciclo virtuoso de: investimentos - ampliação da produtividade - ampliação da produção - pleno emprego - aumento real de salários - consumo de massas – ganhos de escala – novos investimentos segundo Carvalho Neto (2001).

A regulação do modelo fordista que os EUA e a social democracia europeia implantaram no Japão, permitiu e gerou expansão substantiva e continuada arrecadação de impostos pelo Estado, disseminando políticas de proteção social, conhecida como Estado de Bem-Estar Social, ainda de acordo com Carvalho Neto (2001).

Enquanto isso, segundo Marquès (1978, *apud* TINOCO, 2008) na década de 1960 e de 1970, a população se via insatisfeita com a Guerra no Vietnã, ao perceber que as armas produzidas pelas empresas norte-americanas afetavam de forma negativa tanto o homem, quanto ao meio ambiente, se somando a resistente discriminação de raça ou de sexo dentro das organizações, fizeram com que esses empreendimentos tivessem uma nova forma de atuar. Com o suporte de universidades, organizações caritativas, fundações, igrejas, entre outros, era



frequente naquele contexto a realização de assembleias gerais de acionistas para pressionar os conselhos de administração, reorientando as políticas da empresa.

Reforçando esse aspecto, Torres (1998, *apud* SILVEIRA, 2006) esclarece que a população se via insatisfeita com os conflitos no Vietnã, fazendo com que se iniciasse um movimento de boicote sobre as ações na bolsa de valores e à compra de produtos de empresas ligadas de alguma forma com o confronto bélico na Ásia.

Ao analisar algumas características da sociedade contemporânea Giddens (2005) faz referência a questão do crescimento populacional que acaba acarretando uma preocupação em relação a escassez dos recursos vitais que a humanidade necessita para sobreviver. Giddens (2005) ressalta ainda que nesse contexto com o avanço da tecnologia na área da medicina e métodos de higiene, a taxa de mortalidade caiu vertiginosamente, enquanto a taxa de natalidade (principalmente em países em desenvolvimento) cresce acentuadamente.

A parti daí uma estrutura etária foi produzida através dessa análise, apontando que, na cidade do México, por exemplo, 45% da população tem menos de 15 anos de idade, conclui Giddens (2005). Diferente dos países industrializados que apresentam um quarto dessa população nesse grupo etário, enfatiza as dificuldades econômicas e sociais de países em desenvolvimento, causado por esse desequilíbrio etário, as crianças consomem elevado grau de recursos, como: saúde e educação, em um período que elas ainda não são economicamente produtivas.

Para que possamos ter uma melhor noção da situação em que grande parte da população do mundo se encontra, Furtado (1996) explanava que, a constante extensão do sistema capitalista dentro dos próprios países desenvolvidos, agravaria no futuro, a escassez de recursos, que por consequência seriam sentidos num primeiro momento, em países pobres e subdesenvolvidos, afetando assim, a maioria da população do planeta.

Em quaisquer pontos de vista, de acordo com Oliveira (2002) o desenvolvimento deve ser resultante de um crescimento econômico seguido de melhoria na qualidade de vida, que para a melhora dos indicadores de bem-estar econômico e social, deve-se destinar os recursos por diferentes setores da economia e alterar a composição dos produtos.

Segundo Tinoco (2008), A responsabilidade social presume o reconhecimento da comunidade e da sociedade como componentes interessados da organização, com necessidades que precisam ser atendidas, excedendo as obrigações legais resultantes das próprias atividades e produtos da organização.

Tinoco (2008) ainda relata que a responsabilidade social, possui seu conceito equivalente das estratégias de sustentabilidade de longo prazo das empresas que passam a

integrar a necessária preocupação com as atividades desenvolvidas e o intuito de propiciar bem-estar para a sociedade.

De acordo com Silva (2009) a responsabilidade social e posicionamentos éticos que são adotadas por empresas, aproximam-se de uma maior legitimidade social e melhoram a imagem perante a sociedade, tendo em vista que o termo “responsabilidade social empresarial” se destaca nas organizações, trabalhando para promover a realização profissional aos seus colaboradores, benefícios aos fornecedores, clientes e sociedade como um todo, sem causar danos ao meio ambiente.

A tabela a seguir mostra a opinião dos consumidores julgando as empresas por sua responsabilidade social, se destacando o estímulo dos consumidores diante de empresas responsáveis (MORCERF, 2005).

Tabela 1 - Consumo consciente

#### CONSUMO CONSCIENTE

**•54% julgam empresas pela Responsabilidade Social**

**•24% prestigiam empresas pela Responsabilidade Social**

**•19% punem empresas pela Responsabilidade Social**

**•31% prestigiam ou punem pela Responsabilidade Social**

**•93%, se estimulados, prestigiam empresas pela Responsabilidade Social.**

Fonte: Ethos/Valor 2000 - Pesquisa junto a Consumidores (MORCERF, 2005).

Nota-se que 93% dos consumidores prestigiam empresas que têm a Responsabilidade Social como um instrumento social e de crescimento das mesmas, estimulando cada vez mais as iniciativas responsáveis.

Contemplando os números acima, a tabela a seguir apresenta a opinião dos consumidores, de forma que, esses estão preparados a mudar de produto ou loja, caso outra empresa com preços iguais esteja engajada em uma causa nobre (MORCERF, 2005).

Tabela 2 - Igualdade de preço

#### HAVENDO IGUALDADE DE PREÇO

•	76% dos consumidores estão dispostos a trocar de produto ou loja para a marca que esteja associada à promoção de uma causa nobre (Walker Research 1997)
•	34% das empresas líderes do Reino Unido acreditavam que vincular suas campanhas à imagem de ONGs respeitadas aumentava o prestígio da sua própria marca (pesquisa entre 170 diretores de marketing 1998)

Fonte: Instituto Akatus/ETHOS (2004 apud Morcerf 2005)

Visto que, 76% dos consumidores preferem marcas que estejam associadas a causas nobres, é importante ressaltar que esses números mostram que as ações responsáveis fazem parte diretamente na construção de um produto ou empresa. Os consumidores buscam nessas empresas, efetivas ações, seja em função do meio ambiente ou diretamente ligada a sociedade.

As organizações buscam cada vez mais se engajarem em atividades sociais, como forma de demonstrarem a sociedade o seu interesse na preservação do meio ambiente e nas diversas formas de compromisso com os funcionários, clientes e a própria sociedade em geral, buscando com isso, a exposição da boa imagem das mesmas.

## **2.1. As práticas de responsabilidade social no contexto brasileiro**

Desde da década de 1920, o desenvolvimento do capitalismo no Brasil esteve em meio a intervenção social dos empresários, que por sua vez, determinam condições de acumulação capitalista (CESAR, 2008).

Os primeiros passos da responsabilidade social no Brasil, se deu de forma lenta. Diante de um cenário, onde as empresas no Brasil ainda não se viam se revestindo e se beneficiando com ações de cunho social.

Até o começo do processo de industrialização do Brasil, as ações sociais empresariais foram mescladas, precisas, dependentes e protegidas pelo Estado. Não existia ações assistenciais organizadas aos pobres, a partir de diligências tomadas pela Estado (RICO, 2004).

A compreensão de responsabilidade social empresarial deve prevalecer pela ética e estar agregado ao convívio harmonioso ao passo que vivência em seu ambiente externo e interno. Deve sobrepujar a esfera do mercado e envolver-se de consciência de seus direitos e deveres saindo do âmbito tão somente econômico, mas também como uma empresa que esteja além da visão de resultados lucrativos e de fato de faça presente nos resultados proporcionados por ações de responsabilidade social (PIMENTA; MORAIS, 2014).

O processo de responsabilidade social dentro das empresas cresce acentuadamente, para Caetano e Ferreira (2008) reflexões sobre as mudanças das práticas empresarias, pela qual as empresas se viram tornando peça consciente no campo não só econômico, mas também no campo social, ou passando até a agir por uma eventual consequência da falência do Estado,

transformou-se em uma demanda importante de ser discutida inclusive para a sua própria continuidade no mercado. Porém, é importante ponderar todo um quadro político social para interpretar a causa na qual o empresariado, que sempre teve um objetivo singular, o lucro, elabora algumas modificações em sua estratégia, agora na esfera social. Segundo Elisabeth de Melo Rico:

“...as ações heterogêneas e pontuais da filantropia privada explicavam-se, historicamente, pelo papel que a burguesia brasileira desempenhou no processo de acumulação capitalista, ou seja, dependente e tutelada pelo Estado, demonstrando interesse por constituir uma identidade de classe dominante no processo de constituição de um capitalismo nacional e na contribuição de um desenvolvimento econômico, político e social.” (RICO, 2004, p. 74)

A citação acima demonstra que a princípio, o Brasil com todo o seu potencial econômico, cultural, político e social, não se mostrou preparado para desenvolver ações de cunho social, pois, nota-se que hoje, é de vital importância que quaisquer meios, sejam eles privados ou não, façam parte dessas iniciativas.

Diversos autores vêm se pronunciando sobre o processo de implementação das ações de responsabilidade social no contexto brasileiro. Com esse propósito Cesar (2008) demonstra que a ideia da “responsabilidade social corporativa” no Brasil no meio empresarial ganhou densidade nos anos de 1990, sendo expressa como um conjunto de atividades realizadas pelas empresas, atendendo internamente as necessidades dos seus colaboradores e condicionados, como também as demandas externas referentes a comunidade, em forma de assistência social, saúde, alimentação, educação, preservação do meio ambiente, dentre outros.

Todas as empresas gostariam de afirmar que seus produtos e serviços oferecem benefícios positivos à comunidade e, nesse sentido, a ideia de que as empresas são responsáveis perante a comunidade não de modo algum nova. Porém, até a década de 1990, apenas um punhado de empresas encaravam os benefícios sociais como componente explícito de sua abordagem gerencial geral. (SAVITZ; WEBER, 2007, p. 49)

De acordo com a citação acima, as empresas queriam ter os seus nomes ligadas as questões responsáveis, para que a sociedade buscassem em seus produtos ou serviços, algo que os remetesse a boas ações. Mas, poucas empresas colocavam como planejamento, políticas de Responsabilidade Social, para efetivar as suas relações com ações responsáveis.

De acordo com Oliveira (2002) ainda na década de 1990, o conceito sobre desenvolvimento sustentável foi marcado por diversos debates, incorporando a atenção da

sociedade na proposta futura de bens e serviços, fundamentais na sobrevivência da sociedade. Os impactos do crescimento na qualidade de vida, passam a preocupar cada vez mais as nações.

Ainda nesse período de acordo com Cesar (2008), o meio empresariado também discutiu sobre o tratamento em relação as desigualdades no Brasil. Cesar (2008) ainda esclarece que em meio a um processo de (re)democratização e crise econômica do país, juntamente com as lutas investidas pelos trabalhadores, o empresariado foi forçado a redimensionar sua intervenção política e social. Com isso, decorreu a pressupor a (des)regulação social, simultaneamente a procura por adotar a cultura empresarial de novos itens articuladores de uma proposta alternativa às reformas sociais, conclui.

É importante ressaltar que a consciência em relação a necessidade de intervenções sociais foi estimulada pelos diversos estudos efetivados ao longo do século XX. Entre esses estudos destaca-se os efetivados por Furtado (1996) que cita algumas críticas em relação aos limites do capitalismo, e a sua impossibilidade de propiciar acesso aos bens de consumo a todas as classes sociais.

Os países tropicais, de modo geral, e o Brasil, em particular, têm hoje uma chance de pular etapas para chegar a uma moderna civilização de biomassa, alcançando uma endógena 'vitória tripla', ao entender simultaneamente os critérios de relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica, os três pilares do desenvolvimento sustentável (SACHS, 2008, p. 35)

Dentre os importantes pontos de equilíbrio que fazem um país buscar ações que tragam benefícios a toda uma sociedade, Leroy e Acselrad (2000) descreve que a composição de um projeto de sociedade de um Brasil com desenvolvimento sustentável, requer justamente o aperfeiçoamento da democracia.

“Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações” – art. 225 (BRASIL, 1988, p. 127).

A população compreende a necessidade de atenção ao que tange os seus interesses econômicos, sociais e ambientais. Deste modo, busca assim como as empresas, fazer parte de ações voltadas ao bem-estar da sociedade, ligando o seu nome a empresas responsáveis socialmente.

Reforçando essas questões, Morcerf (2005) expressa o forte impulso na década de 1990, do movimento de valorização da responsabilidade social empresarial por intermédio de institutos de pesquisas, entidades não governamentais e empresas comovidas para com a questão.

Para designar ações responsáveis, leis desde 1937 buscam auxiliar nas condutas de toda a população que reside no Brasil, como também, as empresas que nesse país atua. Machado (2013) apresenta as leis ambientais que defende o patrimônio ambiental brasileiro:

Tabela 1: Leis Ambientais

<b>LEI</b>	<b>Nº</b>	<b>DATA</b>	<b>BREVE CARACTERÍSTICA</b>
<b>1 – Lei da Ação Civil Pública</b>	7.347	24/07/1985	Responsabilidades por danos acarretado ao consumidor, ao meio ambiente e ao patrimônio artístico, turístico ou paisagístico
<b>2 - Lei dos Agrotóxicos</b>	7.802	10/07/1989	Regulamentação de pesquisas e fabricação dos agrotóxicos, passando pela sua comercialização, aplicação, controle, fiscalização, até o destino final da embalagem
<b>3 – Lei da Área de Proteção Ambiental</b>	6.902	27/04/1981	Áreas representativas de ecossistemas brasileiros, sendo que 90 % delas devem permanecer íntegro e 10 % podem sofrer alterações para fins científicos
<b>4 – Lei das Atividades Nucleares</b>	6.453	17/10/1977	Estabelece que se houver um acidente nuclear, a instituição autorizada a operar a instalação tem a responsabilidade civil pelo dano, independentemente da existência de culpa
<b>5 – Lei de Crimes Ambientais</b>	9.605	12/02/1998	A pessoa jurídica, autora ou coautora da violação ambiental, pode ser penalizada, chegando à liquidação da empresa, se ela tiver sido utilizada ou criada para esconder ou favorecer um crime ambiental
<b>6 – Lei da Engenharia Genética</b>	8.974	05/01/1995	Estipula normas para utilização da engenharia genética, desde o cultivo, manipulação e transporte de organismos modificados (OGM) , até sua comercialização, consumo e liberação no meio ambiente
<b>7 – Lei da Exploração Mineral</b>	7.805	18/07/1989	É obrigatória a licença ambiental prévia, que deve ser facultada pelo órgão ambiental autorizado. Os trabalhos de pesquisa ou lavra, que ocasionarem danos ao meio ambiente são suscetíveis de suspensão, sendo o titular da autorização de exploração dos minérios responsável pelos danos ambientais
<b>8 – Lei da Fauna Silvestre</b>	5.197	03/01/1967	É crime o uso, perseguição, recolha de animais silvestres, caça profissional, produtos derivados de sua caça e comércio de espécies da fauna silvestre, além de desautorizar a introdução de espécie exótica (importada) e a caça amadorística sem autorização do Ibama (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), órgão federal responsável pelas políticas de proteção do meio ambiente no Brasil

<b>9 – Lei das Florestas</b>	4.771	15/09/1965	Institui a proteção de florestas nativas e estipula como áreas de preservação permanente (onde a conservação da vegetação é obrigatória) uma faixa de 30 a 500 metros nas margens dos rios, de lagos e de reservatórios, além de cumes de morro, encostas com declividade superior a 45 graus e locais acima de 1.800 metros de altitude
<b>10 – Lei do Gerenciamento Costeiro</b>	7.661	16/05/1988	Define o que é zona costeira como espaço geográfico da interação do mar, do ar e da terra, incluindo os recursos naturais e abrangendo uma faixa marítima e outra terrestre
<b>11 – Lei da criação do IBAMA</b>	7.735	22/02/1989	Cabe executar a política nacional do meio ambiente, atuando para conservar, fiscalizar, controlar e desenvolver o uso racional dos recursos naturais
<b>12 – Lei do Parcelamento do Solo Urbano</b>	6.766	19/12/1979	Estabelece as regras para loteamentos urbanos, vedados em áreas de preservação ecológicas, naquelas onde a poluição demonstra perigo à saúde e em terrenos alagadiços
<b>13 – Lei Patrimônio Cultural</b>	25	30/11/1937	Organiza a Proteção do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, adicionando como patrimônio nacional os bens de valor etnográfico, arqueológico, os monumentos naturais, além dos sítios e paisagens de valor notável pela natureza ou a partir de uma intervenção humana
<b>14 – Lei da Política Agrícola</b>	8.171	17/01/1991	Define que o poder público deve regularizar e supervisionar o uso racional da água, do solo, da fauna e da flora; realizar zoneamentos agroecológicos para determinar a ocupação de diversas atividades produtivas, entre outros
<b>15 – Lei da Política Nacional do Meio Ambiente</b>	6.938	17/01/1981	A lei ambiental mais importante e define que o poluidor é obrigado a indenizar danos ambientais que causar, independentemente da culpa
<b>16 – Lei de Recursos Hídricos</b>	9.433	08/01/1997	Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos e cria o Sistema Nacional de Recursos Hídricos. Define a água como recurso natural restrito, munido de valor econômico, que pode ter usos múltiplos, como: consumo humano, produção de energia, transporte, lançamento de esgotos
<b>17 – Lei do Zoneamento Industrial nas Áreas Críticas de Poluição</b>	6.803	02/07/1980	Atribui aos municípios e estados o poder de estabelecer limites e modelos ambientais para a instalação e licenciamento das indústrias, exigindo o Estudo de Impacto Ambiental

---

Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

A sustentabilidade de acordo com SILVA (2012) vem se destacando juntamente com a crescente percepção da necessidade de melhoria nas conjunções ambientais, sociais e econômicas, com a eventual consequência do aumento da qualidade de vida de toda a sociedade, conservando o meio ambiente, bem como ter organizações sustentáveis econômicas e cidadãos socialmente sustentáveis. Além dos benefícios à sociedade, a admissão de métodos sustentáveis tem sido estrategicamente ponderada como um formato de diferenciação de produtos e também para implantação em alguns mercados.

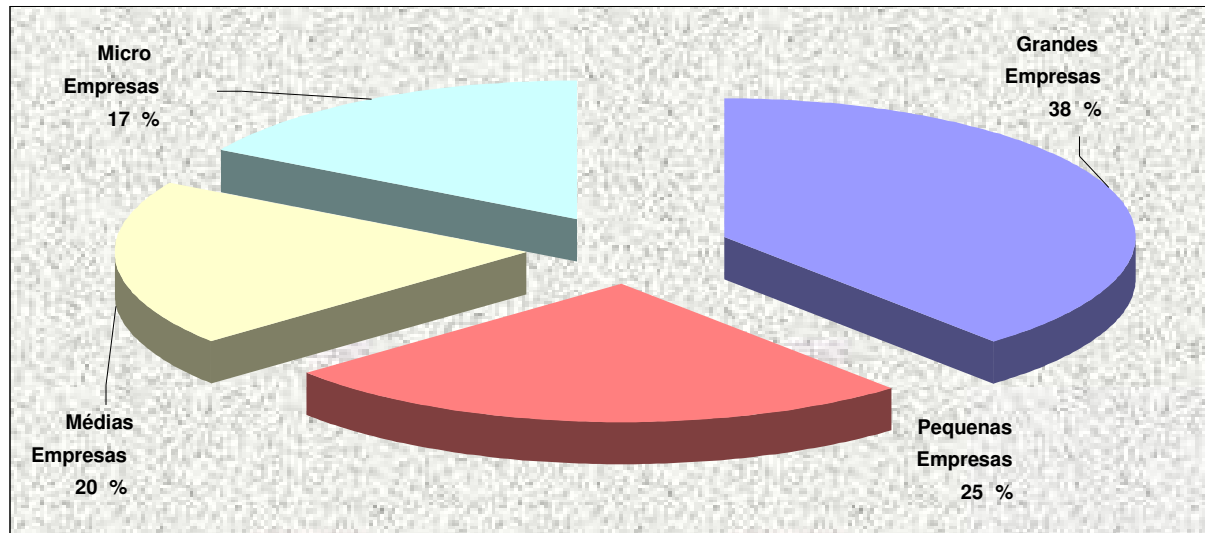
Em meio a essas mudanças segundo Morcerf (2005), institutos sociais foram criados com a finalidade de desenvolver ferramentas para auxiliar as empresas e formular conhecimentos, questões e análise para ações democráticas transformadoras. Morcerf (2005) ainda cita que dentre os institutos, podem ser citados o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (Ibase), no qual está em atividade desde 1981, envolvida na emergência da cidadania e a constituição da diversificada sociedade brasileira, “na promoção do Balanço Social é uma de suas expressões e tem logrado progressiva repercussão” (MORCERF, 2005). O ETHOS é outro instituto, que criado por um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada em 1998, com intuito de ajudar e gerir os negócios das empresas de forma socialmente responsável.

“A responsabilidade social está se tornando cada vez mais fator de sucesso empresarial, o que cria novas perspectivas para a construção de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo” (INSTITUTO ETHOS, 2017). Com o empenho de empresas em conjunto com a sociedade, novos aspectos surgem para que se possam obter fatores que construam de forma consciente um mundo prolífero e econômico.

Promovendo e disseminando as práticas empresariais socialmente responsáveis, o Instituto ETHOS contribui para que empresas e sociedade atinjam um desenvolvimento sustentável em seus aspectos econômico, social e ambiental, contando com mais de 800 empresas associadas, entre grandes, médias, pequenas e microempresas (MORCERF, 2005).



Gráfico 1: Empresas que estão ligadas ao Instituto ETHOS



Fonte: Instituto ETHOS – Empresas Associadas ao ETHOS (2005 *apud* Morcerf 2005)

O gráfico acima demonstra que as grandes empresas possuem uma visão mais ampla em relação aos institutos que agregam valor no que se refere as ações responsáveis, atingindo um desenvolvimento sustentável.

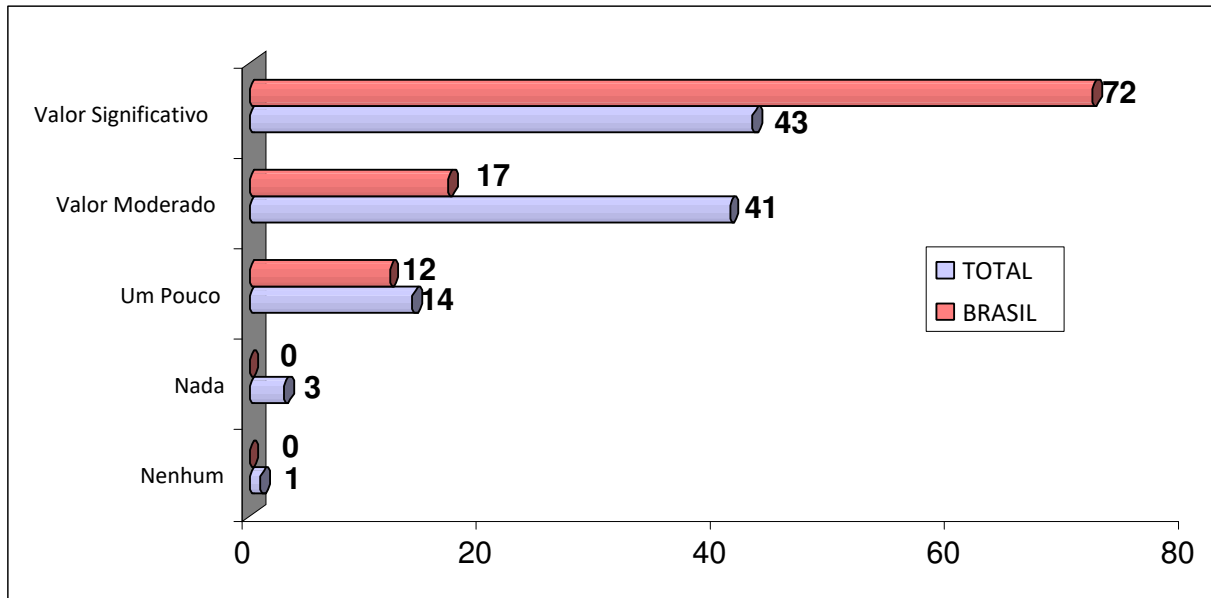
Sabendo que os clientes têm importante papel na construção de uma empresa, Barroso (2001 *apud* SILVEIRA, 2006) destaca que, a Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing realizou pesquisa sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil, demonstrando os primeiros dados junto a 1.715 empresas brasileiras em 2001, sendo os públicos beneficiados pela ação empresarial, crianças (48%), jovens (46%), comunidade (36%), adultos (23%), idosos (20%), família (19%), portador de deficiência (17%), empregado da organização (15%), familiares dos empregados (14%). As áreas de maiores atividades de acordo com Barroso (2001 *apud* SILVEIRA, 2006) são: educação (58%), saúde (46%), Meio Ambiente (39%), cultura (31%), alfabetização (23%), estímulo ao emprego (19%), lazer e recreação (16%), alimentação (15%), esporte (12%), defesa dos direitos (11%), programa especial para mulheres (8%) e segurança (7%).

Notamos que as crianças e os jovens detêm de maiores porcentagens, pois, estão ligadas diretamente com as áreas de maiores atividades (educação e saúde), nas quais são imprescindíveis na formação de uma sociedade.

Para Silveira (2006) informativos como esse e outros mostram que as empresas ligadas a atividades responsáveis são percebidas pela comunidade, estimulando as ações sustentáveis das empresas. Punir ou prestigiar as organizações pela presença ou falta de responsabilidade social, já é de fato percebido pelo consumidor (MORCERF, 2005).

O gráfico de 2004 a seguir, mostra o quanto a responsabilidade social é vista de forma significativa no Brasil (MORCERF, 2005).

Gráfico 2: As iniciativas de responsabilidade social contribuem para a reputação da empresa.

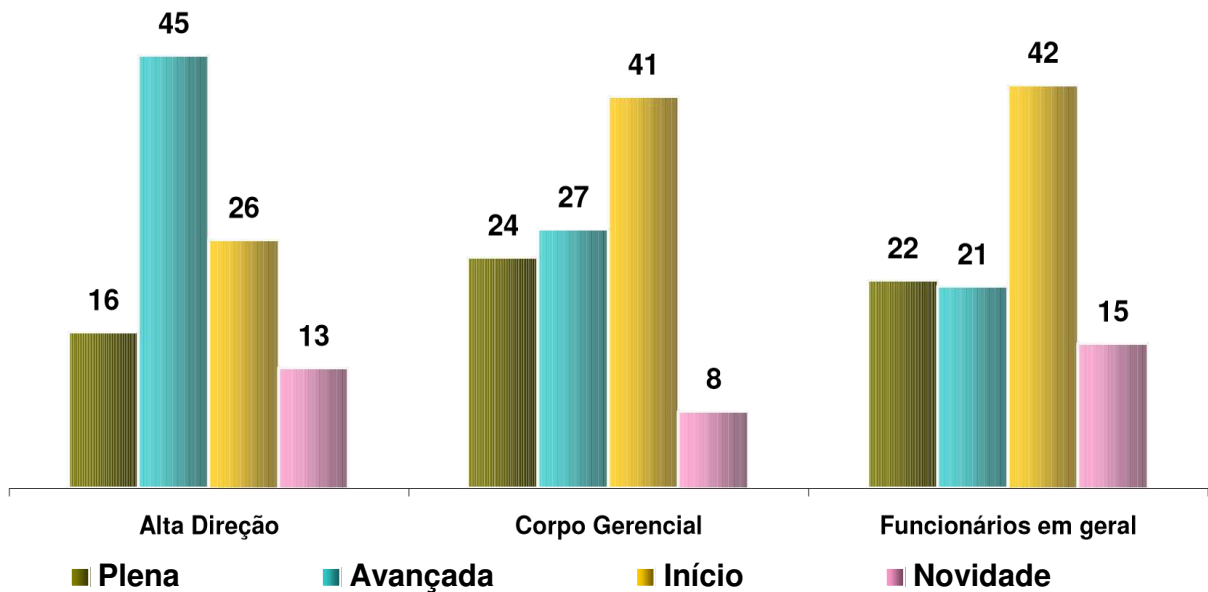


Fonte: Pesquisa Hill & Knowlton publicada no Jornal Valor 20/07/04 (MORCERF, 2005)

Os números acima demonstram que, o Brasil em 2004 já estava à frente da média mundial em relação ao nível de valor agregado das iniciativas de responsabilidade social das empresas. Em função disso, 72% das empresas no Brasil tinham como valor significativo a contribuição da responsabilidade social, já para média mundial, a responsabilidade social tinha como valor significativo 43% para as empresas.

O envolvimento dos colaboradores que fazem parte de todo um processo de uma empresa é de extrema importância para a manutenção de ações, ideias, estruturas etc. Nesse sentido, o gráfico (2004) a seguir revela o quanto diferentes grupos (Alta direção, Corpo Gerencial e Funcionários em geral) enxergam uma gestão socialmente responsável.

Gráfico 3: Envolvimento dos empregados, corpo gerencial e direção.



Fonte: Instituto ETHOS (2004, *apud* Morcef 2005)

Nota-se no gráfico acima que, a Alta Direção exibe um avançado envolvimento, enquanto que o Corpo Gerencial e os Funcionários em geral se envolvem de forma iniciante nas questões que regem a gestão socialmente responsável.

A nova imagem de empresas privadas, mostrando o comprometimento em favor do desenvolvimento econômico através da responsabilidade social é utilizada para atender não só as necessidades da comunidade, mas para também fortalecer as empresas como um todo (CAETANO; FERREIRA, 2008).

Essa força se refere ao valor da marca de uma empresa, pela qual, as corporações presam em preservar e aumentar a sua influência e notoriedade.

A imagem da empresa atinge diretamente o seu valor no comércio, com maior aquisição a aplicações e melhoria no desempenho financeiro é resultado notório da apreciação da imagem, por meio da adesão de políticas e condutas de Responsabilidade Social (DE BENEDICTO; RODRIGUES; PENIDO, 2008).

É de grande relevância o intuito de cada organização estabelecer em seus meios os aspectos e atividades de responsabilidade social, para que possam desenvolver e compor dentro da sociedade e do meio ambiente uma harmonia entre os recursos utilizados e o bem-estar social.

### 3. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Esse trabalho monográfico evidencia uma revisão bibliográfica onde são evidenciadas reflexões efetivas pelos pesquisadores que atuam na área de responsabilidade social. O estudo foi efetuado através de pesquisas documentais e bibliográficas em livros, artigos e sites especializados.

Quanto aos fins, essa pesquisa tem natureza descritiva, pois busca descrever as características de uma população. Esse tipo de pesquisa é definido por Gil (2008, p. 28), da seguinte forma: a pesquisa descritiva tem como objetivo fundamental “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis [...] na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados”.

Tratando-se também de uma pesquisa exploratória, no qual, Gil (2008, p. 27) descreve como papel fundamental dessa análise, “o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”, citando também que “o produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados”. Dessa maneira é possível observar de forma ampla como se desenvolve o ambiente abordado.

Relaciona-se, portanto, desse tipo de pesquisa principalmente por esse estudo ter como proposta analisar a maneira como as práticas de responsabilidade social vem sendo inserida em empresas situadas na cidade de Sousa – PB.

Quanto aos meios, foram elaboradas um roteiro de perguntas sobre do tema em questão. Essas perguntas possibilitaram total liberdade para que os entrevistados se expressassem de forma natural e fiel aos fatos que ocorrem dentro da organização. A captação das informações prestadas pelos entrevistados em pesquisa de campo, foram utilizadas para aprofundar sobre o que ocorre dentro das organizações no que se refere as ações de Responsabilidade Social. “... é importante promover a participação de todos, mergulhando profundamente na cultura e no mundo dos sujeitos da pesquisa” (Beuren, 2009, p. 90).

Quanto à forma de abordagem, os dados coletados da realidade estão em um formato textual, marcados pela expressão subjetiva a partir do ponto de vista dos entrevistados, nas quais servem para analisar e identificar de forma qualitativa as questões que envolve a

Responsabilidade Social nas empresas. “Na pesquisa qualitativa concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado” (Beuren, 2009, p. 92).

Para a escolha dos participantes desse estudo o universo da pesquisa compreendeu empresas situadas na cidade de Sousa no estado da Paraíba. Foram realizadas um total de 20 entrevistas (10 entrevistas em cada empresa) em duas empresas que atuam no município de Sousa-PB. Essas empresas foram escolhidas por estarem atuando a bastante tempo no mercado local, trabalharem com produtos totalmente diferentes e possuírem uma quantidade relevante de funcionários. Nesse sentido, com o intuito de preservar suas imagens, são chamadas aqui de: Empresa A e Empresa B, assim como os colaboradores das respectivas empresas, sendo chamados aqui de: Funcionário 1, Funcionário 2, Funcionário 3..., e assim em diante. A realização das entrevistas foi interrompida a partir do momento que se atingiu o ponto de saturação, com as respostas obtidas semelhantes.

A entrevista foi o instrumento utilizado para a coleta de dados, realizadas com funcionários de diferentes funções e cargos, nas empresas que fazem parte dessa pesquisa. As perguntas que foram efetuadas nas empresas, são balanceadas em indicadores internos, externos e no meio ambiente.

Para tratamento dos dados foram utilizadas análises de conteúdo para mensurar qualitativamente os elementos coletados nas entrevistas. “A análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça... é uma busca de outras realidades através das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 44).

Nesse sentido, a análise de conteúdo desenvolve os dados obtidos, partindo das ideias dos autores citados nesse trabalho, passando pelos seus objetivos geral e específicos e principalmente, nas informações repassadas por cada colaborador entrevistado, antes, durante e depois de cada entrevista, tendo uma boa estrutura para os resultados alcançados.

#### **4. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL ADOTADAS EM EMPRESAS DA CIDADE DE SOUSA**

Ao entrar em contato com as empresas e com seus respectivos funcionários, elas se mostraram desde o primeiro momento muito disponíveis em contribuir com esta pesquisa. As empresas desempenham suas atividades na cidade de Sousa – PB a mais de 20 anos, com atuações não só no estado da Paraíba, mas em outros estados do Nordeste juntamente com suas filiais. Nesse sentido, ao estabelecer o contato com elas foi disponibilizado um espaço para a realização das entrevistas, possibilitando tanto ao entrevistador quanto aos entrevistados um ambiente favorável para a realização da coleta de dados. Durante o período de coleta de dados foi exposto aos entrevistados os questionamentos presentes no roteiro de entrevistas, assim como, algumas considerações sobre a responsabilidade social para um melhor esclarecimento sobre o tema que estava sendo investigado naquele contexto.

De cada empresa foram designados 10 (dez) colaboradores para explicar as informações pertinentes do tema desta pesquisa, chegando a esse número de entrevistados por entender que houve uma saturação nas respostas dos mesmos, e assim, já obtendo os dados que compreendem o direcionamento necessário para resultado final.

Exposto aos entrevistados os questionamentos sobre o quanto a responsabilidade social está inserida nas organizações e apresentando de acordo com Costa (2014) o que é a responsabilidade social nas empresas, os mesmos expressaram situações distintas, mas entendendo o quanto é importante tanto para a empresa quanto para a sociedade ações dessa natureza.

##### **4.1. Caracterização das empresas entrevistadas**

As empresas “Empresa A” e “Empresa B” que fazem parte desse estudo, integram um espaço importante no cenário econômico da cidade de Sousa – PB, atuando no mercado há mais de 20 (vinte) anos e com a colaboração de diversos funcionários.

Nota-se que elas vêm desempenhando papel essencial, pois, atuam adotando algumas práticas de responsabilidade social que consiste de acordo com Costa (2014) a um conjunto de ações sociais e ambientais, que beneficiam a sociedade e diminuem os impactos causados pelo uso excessivo dos recursos. Nesse sentido, as referidas empresas através das suas políticas, práticas e relações com o público interno e externo, vem atuando rompendo com as formas de atuação tradicionais.

Nesse estudo, as empresas A e B foram selecionadas por serem de diferentes ramos de atuação no mercado e eventualmente trazerem visões distintas sobre a responsabilidade social dentro das organizações, contribuindo para uma compreensão dos reais benefícios que essas empresas acarretam para a sociedade e o meio ambiente.

Tabela: Caracterização das empresas entrevistadas

EMPRESAS	EMPRESA A	EMPRESA B
ATUAÇÃO	DISTRIBUIDORA E REPRESENTANTE	FABRICANTE E DISTRIBUIDORA
PRINCIPAL PRODUTO	BEBIDAS ALCÓOLICAS E NÃO ALCÓOLICAS	SORVETES
TEMPO DE MERCADO	21 ANOS	26 ANOS
PÚBLICO ALVO	EM SUA GRANDE MAIORIA, MAIORES DE 18 ANOS	ATENDENDO PRATICAMENTE TODAS AS FAIXAS ETÁRIAS
LOCAIS DE ATUAÇÃO	REGIÕES DE SOUSA, CAJAZEIRAS, ITAPORANGA, CATOLÉ DO ROCHA, UIRAÚNA E POMBAL	ESTADOS DA PARAÍBA, PERNAMBUCO, CEARÁ E PIAUÍ
QUANT. FUNCIONÁRIOS	CERCA DE 160	CERCA DE 200

CARACTERIZAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS ENTREVISTADOS	GERENTES, VENDEDORES, TÉCNICA DE SEGURANÇA E ANALISTAS	GERENTES, VENDEDORES, TÉCNICO DE SEGURANÇA E AUXILIARES DE ADM

Fonte: Elaboração própria

Nessa perspectiva, o oferecimento de possíveis benefícios e a carreira profissional dentro da empresa podem quem sabe, influenciar positivamente no incentivo de ações em conjunto de seus colaboradores. Pontes (2007) ressalta que, o plano de carreira contribui para o crescimento profissional, na motivação de novas competências, em um ambiente que estimule o colaborador e encoraje os mesmos a explorarem seus potenciais, que segundo os funcionários a seguir, descrevem as ações das empresas nesse sentido, assim:

*“Sim. Um processo de encarreiramento, é um processo de acordo com a função. A gente tem um processo de ciclo de gente que acontece anualmente que acontece em quatro etapas, esse ciclo de gente é uma avaliação com os funcionários, onde existe uma classificação por funcionário e é criado um PDI (plano de desenvolvimento individual) e dentro desse plano a gente já monta realmente se o colaborador tem um perfil em alguma outra atividade para fazer o processo de encarreiramento, aí quando surge essa vaga a gente vai dentro desse processo ver o perfil do colaborador a classificação dele e ele é treinado para uma nova função” (Funcionário 5, empresa A)*

*“Sim. Exemplos: nós temos aqui pessoas que eram entregadores, ajudantes vamos dizer assim e hoje são motoristas, temos exemplos de motoristas que foi promovido par vendedor, ou seja, a empresa tem um olho muito direcionado para essa parte de cuidar da “prata da casa” como se diz” (Funcionário 5, empresa B)*

No que se refere as condições de trabalho, as empresas possuem locais específicos para cada função exercida. É comum a existência de placas informativas que orientam os colaboradores ou visitantes das áreas permitidas ou não para frequentar, e nesse sentido, a segurança é um aspecto preservado nas empresas investigadas.

Determinadas áreas das duas empresas entrevistadas só podem ser adentradas com os devidos equipamentos de segurança, entre eles, os EPI's (Equipamento de proteção individual) são os acessórios mais utilizados pelas empresas, nos quais alguns fazem parte desse



equipamento, como: capacete, luvas, óculos, aparelhos auriculares, botas, jaquetas luminosas, máscaras de filtro, entre outros.

Em relação a saúde, atuam de formas distintas, já que, enquanto a empresa A detém de plano de saúde para todos os seus colaboradores, como também, exames periódicos para funções que exige fisicamente e mentalmente do colaborador. Na empresa B, não há plano de saúde para seus colaboradores, exames trimestrais são feitos, mas apenas em funcionários que desempenham funções em ambientes como a caldeira e a câmara fria, exigindo do corpo humano adaptação constante entre ambientes interno e externo da organização. A seguir informações dos próprios colaboradores entrevistados nesse estudo, reforçando as questões acima.

*“Sim. Existe o plano de saúde. Hoje a gente trabalha com a “Empresa de Plano” (operadora de planos de saúde), fora um fundo de amparo ao funcionário que a “Empresa A” tem que é um programa de apoio aos funcionários, onde cada colaborador participa com 1% contribuindo e no momento que ele precisar ele pode solicitar junto ao auxílio com alguma despesa que o plano não venha cobrir” (Funcionário 1, empresa A)*

*“Possui boas condições de trabalho, possui a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho), mas não dispõe de plano de saúde para funcionários” (Funcionário 1, empresa B)*

As empresas demonstram práticas distintas em relação as ações de responsabilidade social. A empresa A apesar de ser considerada uma empresa local, distribuidora, demonstra capacidade de desenvolver constantemente ações sociais e ambientais, pois, trata-se de uma empresa representante de uma organização internacional, que orienta a partir de padrões as ações da empresa A, seja em relação à segurança, a produtividade dos colaboradores, ações de responsabilidade social, entre outras.

Nessas relações, a empresa B possui área e estrutura bem maiores, em comparação a outra empresa entrevistada. Também sendo uma empresa local, a empresa B atua como produtora e distribuidora de seus produtos, mas que ainda está principiando nos temas de ações de responsabilidade social.

A cultura local é um forte influenciador nas atitudes das empresas, e poder evoluir voluntariamente nas questões sociais e ambientais, diferencia e acrescenta positivamente ao olhar de uma sociedade cada vez mais inserida nos valores da responsabilidade social, fazendo parte também do público que consome seus produtos.

## 4.2. Métodos para o descarte do lixo

Diante de um cenário onde assuntos como aquecimento global e desmatamento são aspectos preocupantes, intervir sobre o meio ambiente buscando proteje-lo torna-se algo imprescindível. Dessa forma, o cuidado com o lixo que produzimos garante não apenas um ambiente limpo e saudável para a sociedade, mas sobretudo, colaboram o com o desenvolvimento de um espírito consciente de cada indivíduo, possibilitando assim, a sustentabilidade ambiental e cultural. De acordo com essa perspectiva Tinoco (2008) ressalta que as estratégias de sustentabilidade integram a necessária preocupação com as atividades desenvolvidas.

De acordo com os dados obtidos nessa pesquisa, foi apurado que as empresas entrevistadas possuem lixeiras padronizadas, com seus nomes e suas cores características (verde referente ao vidro, azul referente ao papel, vermelho referente ao plástico e o amarelo que representa o metal, enquanto as lixeiras de orgânicos são mais simples, mas localizadas em todas as salas), em locais extratêgicos e bem cuidados.

*“Tem um local dentro do armazém que é feito justamente a coleta, é separado esse lixo, papelão, plástico. Dentro do auditório, que é um ambiente onde todos frequentam a gente também tem um cestinho tudo separado, que é as coletas pra plástico, vidro...” (Funcionário 5, empresa A)*

*“Existem coletores com seleção dos produtos metálicos, vidro, plástico e essa seleção é feita o condicionamento correto por uma empresa terceira que fará a reutilização desse material” (Funcionário 1, empresa B)*

As empresas A e B, desconhecem ou informam sem precisão o local no qual o lixo é alocado. Ambas comunicam que a prefeitura da cidade de Sousa – PB passa nas empresas recolhendo o lixo produzido pelas mesmas. É importante ressaltar que o destino final do lixo produzido pelas empresas, que são recolhidos por veículos da prefeitura da cidade, refere-se o aterro sanitário da cidade de Sousa – PB, localizado as margens da rodovia PB – 384, no KM

10, entre as cidades de Sousa e Lastro. Esse aterro desde 2014 vem recebendo os resíduos sólidos produzidos por toda a cidade.

### **4.3. Tipos de materiais e embalagens utilizados**

Preservar o meio ambiente é um procedimento cada vez mais exigido pelos órgãos competentes e por uma sociedade que vem se mostrando cada vez mais consciente em relação a necessidade de preservação ambiental. Nesse sentido, saber quais os materiais que as empresas utilizam na sua produção ou distribuição diária se faz necessária, pois, esses materiais, dependendo de suas composições e abandonados ao ar livre sem os cuidados necessários, podem acarretar problemas ambientais graves e problemas futuros tanto para a sua população como também para as gerações futuras.

É diante do reconhecimento da importância do cuidado com o material que as empresas lidam, que se buscou investigar nesse estudo sobre os materiais que as empresas investigadas utilizam durante os processos de distribuição ou fabricação dos seus produtos.

Os dados coletados evidenciam que ambas trabalham com materiais semelhantes, entre eles o plástico (que se decompõe em média em um período de mais de 100 (cem) anos). É importante ressaltar que existe uma empresa especializada na reciclagem desse material na cidade de Sousa – PB. Outro material refere-se ao papelão (que se decompõe em 2 (dois) meses). Esse tipo de material é possível ser reciclado em algumas empresas que atuam no estado, tais como as que atuam na região de Santa Rita – PB. A madeira (que se decompõe em média de 6 (seis) meses), é possível identificar o quanto as madeiras da própria cidade podem reutilizar esse material para transformá-los em móveis). Outra matéria prima utilizada refere-se aos pneus (que se decompõe em mais de 100 (cem) anos). Diferentemente dos demais produtos, as empresas investigadas ressaltam que identificam uma ausência de empresas que atuem efetivando um tratamento desse material. Esse aspecto vem demandando um investimento de recursos financeiros, pois, apenas uma empresa localizada na cidade de João Pessoa, capital do estado da Paraíba, trabalha com a reciclagem desse tipo de material.

Outros materiais como vidro (com decomposição de mais de 10.000 anos) e latas de alumínio (com decomposição de mais de 1.000 anos) fazem parte dos materiais utilizados pela Empresa A. O vidro das garrafas comercializadas são devolvidas vazias ou com o líquido ao

CDD (Centro de Distribuição) de Recife, para o procedimento de tratamento, lavagem e reutilização. As latas de alumínio são geralmente recolhidas por catadores de latinhas em eventos, vendendo para sucatas na cidade de Sousa – PB e ajudando indiretamente a empresa.

*A gente trabalhamos aqui com vários tipos de materiais, no caso aqui a gente distribui, no caso o plástico que é de refri, o vidro que é de cerveja, temos as madeiras que são os paletes para que a mercadoria não tenha atrito com o chão, temos os papelões...” (Funcionário 6, empresa A)*

*“A empresa trabalha basicamente com três materiais, são o plástico, o papelão e a madeira que é os principais itens que a empresa trabalha.” (Funcionário 6, empresa A)*

Visto em loco, ambas as empresas operam com o material papel (com decomposição de 3 meses a vários anos) e reutilizam principalmente para as informações dos pedidos de clientes, onde a própria equipe de entrega se utiliza para a verificação dos produtos que serão entregues em seus clientes.

Através dos dados obtidos é possível concluir que em relação aos materiais utilizados pelas empresas que, os materiais que demandam de um tempo maior para se decompor fazem do processo da empresa A, e mesmo com um tempo de decomposição tão grande, a empresa A gerencia bem no momento do envio do vidro e alumínio para os locais apropriados. Já a empresa B, utiliza-se muito do plástico, que apropriadamente separa esse material que é recolhido por uma empresa da cidade de Sousa - PB que trabalha na reciclagem do mesmo.

#### **4.4. Atuação em projetos sociais**

De acordo com os dados obtidos, foi verificado que as empresas investigadas adotam alguns procedimentos para possibilitar o desenvolvimento social. Dessa forma destacaram que a empresa A atua vendendo materiais recicláveis, que são transformados em recursos e revertidos em materiais escolares para os filhos dos colaboradores. Também adotam algumas medidas que beneficiam crianças carentes das comunidades carentes da cidade de Sousa – PB, distribuindo brinquedos e diversão para os mesmos, e no cultivo de árvores na semana mundial do meio ambiente, que se realiza entre os dias 1 a 5 de junho.

Por outro lado, a empresa B desenvolve ações através de parcerias com escolas públicas municipais e estaduais. Nesse caso, o público beneficiado são também as crianças, especialmente aquelas que possuem problemas cardíacos, assim como outras que apresentam problemas com microcefalia. Frequentemente também colaboram com a realização de eventos em algumas instituições, como a Universidade Federal de Campina Grande e ajudando em eventos tradicionais da região.

Embora a empresa A venda os materiais recicláveis, poucos colaboradores informaram precisamente o local de reciclagem, apenas o Gerente de Logística informou o local de reciclagem do material vidro, que é reciclado em Recife. Contudo, outros colaboradores da Empresa A explanaram sobre a necessidade de mais empresas que atuem no processo de reciclagem na região de Sousa – PB. Já na empresa B, os cargos mais elevados tinham conhecimento do que a empresa realiza, enquanto os colaboradores de funções base para o funcionamento da empresa, não tinham conhecimento das ações por ela (empresa B) exercidas.

A responsabilidade social se faz presente em ambas empresas, mas muitos de seus colaboradores ainda demonstram pouco ou nenhum conhecimento sobre as ações das empresas na sociedade e no meio ambiente. Esse aspecto pode ser evidenciado especificamente na empresa B, onde apenas os colaboradores de cargos mais elevados têm o domínio sobre esse assunto. Sobre esse aspecto, Dias Pimenta & Morais (2014) ressaltam justamente a compreensão e o envolvimento consciente dos colaboradores no ambiente interno e externo da empresa, conforme já ressaltado ao longo desse trabalho.

Como um dos questionamentos, as empresas expressaram que a maiores dificuldades para desempenhar de forma constante ações de responsabilidade social está na cultura da sociedade local, que ainda não se adequou sobre as novas ações, no qual, empresas e demais sociedades em outras regiões do planeta já desenvolvem e colhem frutos constantes, em ganho social e ambiental. Outro fator importante se refere ao recurso financeiro. O interesse de colaborar com cada instituição ou eventos são grandes, mas o recurso financeiro é limitado comparado com as necessidades constante da sociedade dessa região.

*“A própria consciência da sociedade como um todo que em alguns momentos se encontra difícil aplicar alguns conceitos em relação ao trabalho que preza tratar todos como iguais e infelizmente a falta de cultura e educação impactam nesse sentido”. (Funcionário 1, empresa A)*

*“É não poder atender todos as pessoas e todas as entidades que nos procuram, a gente tem um percentual do faturamento que a gente*

*destina e infelizmente a gente não pode atender todo mundo”.*  
(Funcionário 5, empresa B)

As diferentes visões dos colaboradores das empresas demonstram que ainda há uma adaptação no contexto da responsabilidade social nas empresas, mas as ações que já fazem parte das mesmas é um indicativo de evolução no pensamento socioambiental responsável.

#### **4.5. A responsabilidade social repassada de empresa para colaborador**

Conscientizar e incentivar os seus colaboradores no que se refere o âmbito de ações de responsabilidade social é fundamental para a empresa que deseja aplicar ações dessa natureza, seja no meio social ou ambiental. Atendendo internamente as necessidades dos colaboradores, de acordo com Cesar (2008) e o reconhecimento da comunidade e da sociedade como competentes interessados da organização expressa Tinoco (2008).

De acordo com as informações recolhidas, a empresa A promove reuniões diárias com os colaboradores, em ambientes diferentes, para cada equipe responsável pelo andamento do setor da empresa. Temas como: segurança, respeito ao próximo, cuidado com meio ambiente e ações sociais, são explanados e servidos como orientação durante o exercício do trabalho e o dia a dia de seus colaboradores. Já a empresa B, pouco orienta seus colaboradores a respeito das ações de responsabilidade social que promove, as poucas reuniões que acontecem não explanam sobre esse assunto, mas observa-se um ambiente limpo, seguro para os colaboradores e cordial entre os mesmos. Essas informações acima foram coletadas a partir de conversas informais antes e depois de cada entrevista e visto *In loco*.

*No dia a dia nas matinais a gente sempre é orientado a reciclar, a importância de usarmos os copos descartáveis, para não jogarmos copos em meio de rua, ou seja, sanar em relação ao meio ambiente, sempre preservando o meio ambiente.* (Funcionário 6, empresa A)

*Principalmente nas nossas reuniões, onde uma vez por mês cem por cento da empresa assiste as reuniões, onde nas nossas reuniões tem uma pauta voltada só com a responsabilidade com o meio ambiente* (Funcionário 8, empresa A)

*A empresa sempre nos aconselha que as embalagens que é possível reciclar, reciclar, muitas embalagens são plásticas, e a empresa sempre nos aconselha em colocar cada produto em seu devido lugar, sempre que possível em reuniões e debates a gente está discutindo sobre isso. (Funcionário 3, empresa B)*

*Não tenho conhecimento (Funcionário 6, empresa B)*

Desempenhar um ciclo virtuoso de responsabilidade social, implica de forma positiva direta e indiretamente na imagem de uma organização diante da sociedade, no processo profissional dos colaboradores de forma interna e externa da empresa, em benefícios aos fornecedores, clientes e sociedade em geral, sem causar deterioração ao meio ambiente, relata Silva (2009).

As diferentes visões dos colaboradores das empresas demonstram que ainda estão atuando numa fase principiante das práticas de responsabilidade social. Apesar disso, essas práticas atualmente adotadas nas empresas investigadas correspondem a um indicativo de evolução nas formas de atuação, pois, revelam uma consciência socioambiental e uma necessidade de promover intervenções sobre os grupos sociais minoritários.

## 5. CONCLUSÃO

Através desse estudo, foi possível identificar as dificuldades enfrentadas pelas empresas para efetivarem continuamente ações de responsabilidade social. Essa pesquisa foi importante por ter se proposto investigar os novos desafios enfrentados pelas empresas na sociedade atual.

Constatou-se que as empresas entrevistadas necessitam de empresas que atuem com a reciclagem dos materiais utilizados, que pode influenciar positivamente nos recursos financeiros das empresas, pois, com maior recurso, maiores são as possibilidades do aumento de ações sociais e ambientais, contudo, a sociedade e o meio ambiente necessitam de empresas que rompam com as formas tradicionais de atuação, adotando as práticas de responsabilidade social como parte fundamental no processo de suas atividades diárias, na missão, visão e valores. Diante disso, a pesquisa respondeu aos objetivos traçados inicialmente.

As empresas entrevistadas nessa pesquisa, desempenham papel fundamental na economia e na responsabilidade social e ambiental da cidade de Sousa – PB. As duas empresas estão no mercado souseense há mais de 20 (vinte) anos, formando não apenas bons profissionais, mas contribuindo no importante dever da formação do ser humano.

Ambas implementam ações de responsabilidade social, mas com diferenças pautadas nos seus valores culturais. Dessa forma, verificou-se que a empresa A possui uma cultura interna totalmente globalizada, seguindo padrões não só dos órgãos competentes da região, mas também padrões internacionalmente exigidos, tendo uma direção mais abrangente nas questões que envolve ações responsáveis. Em contrapartida a empresa B possui uma cultura interna bem mais ligada aos costumes locais, seguindo os padrões dos órgãos competentes da região, mas mesmo com poucas ações voltadas a sociedade e ao meio ambiente, percebe-se que já identificou que ações de responsabilidade social correspondem ao caminho a ser seguido pelas empresas na sociedade atual.

Em linhas gerais é possível afirmar que os estudiosos dessa área do conhecimento ressaltam que as empresas podem exercer um papel fundamental na sociedade colaborando com o seu desenvolvimento assim como adotando meios capazes de preservar o meio ambiente. Por isso entende-se que, esse trabalho pode colaborar com a atuação das empresas promovendo uma consciência sobre a importância dos avanços e manutenções das práticas de responsabilidade social dentro da estrutura organizacional.



A carência de pesquisas relacionadas a essa problemática na região é um aspecto importante que também evidenciou a sua aplicação desse estudo nesse contexto, principalmente por ser possível identificar características importantes da realidade regional, colaborando para a ampliação dos estudos na área e com as discussões abordadas em diversas disciplinas que compõe o curso de Administração e demais ofertadas no CCJS da Universidade Federal de Campina Grande.

E diante dessas informações, uma abordagem sugerida envolve pesquisas de responsabilidade social em escolas de Sousa e região que lecionam crianças de até 12 (doze) anos de idade. É importante investigar como as escolas de ensino fundamental direcionam os novos olhares do mundo (as crianças) para desenvolverem a responsabilidade de atentar para o meio no qual encontram-se.

## REFERÊNCIAS

- ALLEDI FILHO, C., GOMES, E. R., ZANCA, J. F. R., & MARQUES, V. L., PIMENTEL, D. L., NETO, J. V., MEIRIÑO, M., QUELHAS, O., FRANÇA, S. (2012). **Responsabilidade Social: conceitos e práticas**. São Paulo: Atlas
- ASHLEY, P. A. (2006). **Educação para o consumo ético e sustentável**. . Revista Eletrônica Mestrado Educacional, v.16.
- ASHLEY, P. A. (2002). **Ética e Responsabilidade nos negócios**. São Paulo: Saraiva.
- BARDIN, L. (1977). **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70.
- BEUREN, I. M. (2009). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. São Paulo: ATLAS.
- BRASIL, C. (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senador Federal.
- CAETANO, J. F., & FERREIRA, P. R. (2008). **O Estado e as Interfaces da Democracia: uma análise sobre a Política de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil**. Londrina, Paraná, Brasil.
- CANDIL, S. L. (2010). **Responsabilidade Social Empresarial: Diretrizes e Parâmetros da Racionalidade Econômica e Jurídica**. Marília.
- CARVALHO NETO, A. M. (2001). **Relações de trabalho e negociação coletiva na virada do milênio**. Petrópolis: Vozes.
- CESAR, M. D. (2008). **Empresa Cidadã: uma estratégia de hegemonia**. São Paulo: Cortez.
- COSTA, M. M. (2015). *Sustentabilidade em Shopping Centers no Brasil*. Curitiba: Appris.
- COSTA, P. H. (25 de Mar de 2014). sobre a Empresa: **Conselho Federal de Administração**. Fonte: Site do Conselho Federal de Administração: Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/artigos/usuarios/responsabilidade-social-empresarial>> Acesso em: 14 Jan 2018
- DE BENEDICTO, S. C., RODRIGUES, Â. C., & PENIDO, A. M. (2008). **Surgimento e evolução da responsabilidade social empresarial: uma reflexão teórico-analítico**. Rio de Janeiro.
- DIAS PIMENTA, H. C., & MORAIS, A. S. (2014). **Avaliação de Práticas de Responsabilidade Social Corporativa em Supermercados de Natal-RN**. Revista Gestão Industrial, 430-455.
- EON, F. (2015). Sobre a Empresa: **Responsabilidade Social**. Fonte: Site da Responsabilidade Social: Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social>> Acesso em: 10 Jan 2018

FURTADO, C. (1996). **O Mito do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo. Paz e Terra.

GIDDENS, A. (2005). **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed.

GIL, A. C. (2008). **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas.

INSTITUTO ETHOS. (2017) Sobre a Empresa: **Instituto Ethos**. Fonte: Site do Instituto Ethos: Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/conteudo/sobre-o-instituto/#.WjnnKd-nHIV>> Acesso em: 20 de Dez de 2017

LEROY, J. P., & ACSELRAD, H. (2000). Novas premissas para a construção de um Brasil sustentável. Em H. RATTNER, **Brasil no limiar do século XXI**: alternativas para a construção de uma sociedade sustentável (pp. 183-210). São Paulo: Edusp.

MACHADO, P. A. (2013). **Direito Ambiental Brasileiro**. São Paulo: Malheiros Editores LTDA.

MORCERF, S. D. (2005). **Responsabilidade social empresarial**: uma ferramenta estratégica de gestão. Rio de Janeiro: Simpósio de excelência em gestão e tecnologia.

OLIVEIRA, G. B. (2002). **Uma discussão sobre o Conceito de Desenvolvimento**. Revista da FAE, 37-48.

PONTES, B. R. (2007). **Administração de Cargos e Salários**: Carreira e Remuneração. 12.ed. São Paulo: LTr.

RIBEIRO, Á. M. (2005). **Responsabilidade Social Empresarial**: percepções e possibilidades. Belo Horizonte.

RICO, E. D. (2004). **A Responsabilidade Social Empresarial e o Estado**: uma aliança para o desenvolvimento sustentável. São Paulo em perspectiva.

SACHS, I. (2008). **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond.

SAVITZ, A. W., & WEBER, K. (2007). **A Empresa Sustentável**: O Verdadeiro Sucesso é o Lucro com Responsabilidade Social e Ambiental. Rio de Janeiro: ELSEVIER.

SILVA, D. B. (2012). **Sustentabilidade no Agronegócio**: dimensões econômica, social e ambiental. Comunicação & Mercado/UNIGRAN , 23 - 34.

SILVA, Rodrigo Otávio Ribamar. (2009). **Percepção do Segmento Médico Sobre Conceitos de Responsabilidade Social**: um estudo de caso. Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

SILVEIRA, M. D. (2006). **A Responsabilidade Social Empresarial e a Sustentabilidade**: Tecendo novas relações sociais - Estudo relacionado nas empresas agraciadas com o prêmio Delmiro Gouveia, no Ceará, em 2005. Fortaleza.

**TINOCO, J. E. (2008). Balanço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações. São Paulo: ATLAS S.A.**

## ANEXOS

### Anexo 1

Roteiro de entrevistas para funcionários que atuam em empresas situadas na cidade de Sousa – PB

Perfil (1 – 4)

1. Qual o seu grau de instrução?
2. Idade?
3. Qual a função que exerce nessa empresa?
4. Há quanto tempo atua nessa empresa?
5. Já desempenhou outras funções além dessa, na empresa atual?
6. Qual a sua carga horária semanal nessa empresa?
7. A empresa possui políticas de benefícios e carreiras?
8. A empresa possui condições de trabalho, saúde e segurança?
9. A empresa desenvolve alguma ação de Responsabilidade Social? Em caso positivo, que tipo de ação?
10. De que forma é disseminado os valores socioambientais e princípios éticos internamente nessa empresa?
11. Com que frequência?
12. Quais os recursos materiais são utilizados pela empresa para produzir ou distribuir as mercadorias que comercializa?
13. Existe algum mecanismo para propiciar a coleta seletiva do lixo?
14. De que forma é transportado o lixo acumulado na empresa?
15. Qual o destino final desse lixo?
16. Existe alguma política de apoio permanente a programas sociais?
17. Existe algum mecanismo que incentive o combate à discriminação e respeito a diversidade social e equidade racial?
18. Quais os obstáculos capazes de dificultar a adoção de ações de responsabilidade social?