



**Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Humanidades
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade
Coordenação de Estágio Supervisionado**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE
CASO DO SESI-PB**

JOSELMA DE FÁTIMA MEDEIROS LEAL

**CAMPINA GRANDE – PB
2010**

JOSELMA DE FÁTIMA MEDEIROS LEAL

**RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE
CASO DO SESI-PB**

Relatório de Estágio Supervisionado
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Administração da Universidade Federal de
Campina Grande, em cumprimento parcial
das exigências para obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Lucilene Klênia Bandeira, Doutora.

Campina Grande – PB
2010

COMISSÃO DE ESTÁGIO

MEMBROS

Joselma de Fátima Medeiros Leal
Aluna

Lucilene Klênia Bandeira - Doutora
Professora Orientadora

Verônica Macário de Oliveira - Mestre
Coordenadora de Estágio Supervisionado

JOSELMA DE FÁTIMA MEDEIROS LEAL

**RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE
CASO NO SESI-PB**

RELATÓRIO APROVADO EM 06 DE DEZEMBRO DE 2010.

Lucilene Klênia Bandeira - Doutora
Orientadora

Hildegardes Santos de Oliveira - Mestre
Examinadora

Roberto Mendoza - Doutor
Examinador

Campina Grande – PB
2010

“Não existe vitória sem esforço”
Autor desconhecido

Dedico este trabalho a meu pai (in memoriam), José Leal Filho, que sempre incutiu a idéia de educação e que, apesar de não estar mais entre nós, tenho certeza que continua me ajudando e fazendo as coisas darem certo na minha vida. Te amo papai.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus que em toda sua Onipotência, proporcionou a realização deste sonho, dando-me paciência, competência, altruísmo e sabedoria para seguir em frente, principalmente ao enfrentar todos os problemas que eu enfrentei no desenrolar da composição deste trabalho.

À minha filhinha amada Sophia, que abriu mão das brincadeiras e do tempo que a ela seria doado, mesmo sem entender do que se tratava.

À minha irmã querida Andréa, que sempre foi meu exemplo, mostrando-me que educação é um bem maior que ninguém pode arrancar-me.

A papai, que, quando vivo, incentivava-me ao estudo acima de qualquer outra coisa.

Um agradecimento especial à professora Lucilene, minha orientadora, que me permitiu compartilhar do seu conhecimento durante todo o semestre, caindo eu de pára-quedas, sem ao menos conhecê-la. Fico feliz pela nossa parceria.

À professora Maria Dora, pelo companheirismo.

Às demais pessoas que direta, ou indiretamente, participaram ou que simplesmente me incentivaram, quando ficava difícil ou parecia impossível.

Obrigada, amigos, familiares, professores, vocês fazem toda a diferença na minha história.

LEAL, Joselma de Fátima Medeiros. **Responsabilidade Social nas empresas: um estudo de caso no SESI-PB.** 60 p. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, 2010.

RESUMO

A responsabilidade social no Brasil é um tema relativamente novo, mas de grande relevância na gestão empresarial atual devido às mudanças de comportamento nos sistemas econômico, social, político, ambiental, da rapidez da comunicação, entre outros. O ponto de vista clássico afirma que a maximização dos lucros seria a contribuição social das empresas à sociedade, em contrapartida, o ponto de vista contemporâneo reza que a empresa deve visar o bem da sociedade. Estes dois pontos de vista são opostos e complementares ao mesmo tempo. Hoje em dia, a empresa que não pratica RSE não se destaca entre as demais que já tem estas práticas inseridas na sua cultura. Com a rapidez da informação a RSE serve cada dia mais como referencial para clientes e investidores, pois funciona como uma garantia de um bom investimento ou ainda de estar comprando a uma empresa que valoriza a sociedade e zela por ela. Este estudo é uma pesquisa do tipo qualitativo, realizado através de entrevista semi-estruturada. É caracterizada como explicativa e é um estudo de caso e teve por objetivo identificar, dentre as ações de responsabilidade social realizadas pelo SESI, a ação mais importante em termos de retorno pra empresa estudada. Conclui-se a partir dessa entrevista, que esta ação é a Ação Global, que o público beneficiado por ela, de alguma forma é limitante, e que é uma ação que poderia ter a função mais abrangente. Também observamos que o SESI está inserido na abordagem contemporânea de RSE.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial, SESI, Ação Global, Stakeholders.

LEAL, Joselma de Fátima Medeiros. **Social responsibility of enterprises: a case study in SESI-PB.** 60 p. Supervised Training Report (Bachelor in Business Administration) – Federal University of Campina Grande.

ABSTRACT

The social responsibility in Brazil is a theme relatively new, but of great relevance in the current business administration due to the changes of behavior in the systems economical, social, political, environmental, of the speed of the communication, among others. The classic point of view affirms that the maximization of the profits would be the social contribution of the companies to the society, in compensation, the contemporary point of view says that the company should seek the good of the society. These two point of view are opposed and complementary at the same time. Nowadays, the company that doesn't practice RSE doesn't stand out among the others that already has these practices inserted in culture. With the speed of the information RSE serves every day more as referencial for customers and investors, because it works as a warranty of a good investment or still of being buying to a company that values the society and it cares for her. This study is a research of the qualitative type, accomplished through semi-structured interview. It is characterized as explanatory and it is a case study and had for objective to identify, among the actions of social responsibility accomplished by SESI, the most important action in return terms for studied company. It is concluded starting from that interview, that this action is the Global Action, that the public benefitted by her, in some way it is limitante, and that it is an action that could have the including function. We also observed that SESI is inserted in the contemporary approach of RSE.

Keywords: Corporate Social Responsibility, SESI, Global Action, Stakeholders.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Os quatro tipos de RSE	26
FIGURA 2 – As três abordagens de RSE	28
FIGURA 3 – Conjunto de <i>stakeholders</i> que se relacionam com a empresa	32

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Fases para implementação do Balanço Social.....	23
QUADRO 2 – Padrões existentes que cobrem aspectos de sustentabilidade	24
QUADRO 3 – Elementos que justificam a RSE	25
QUADRO 4 – Dados da Ação Global em Queimadas	44

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE): CONCEITOS E ABORDAGENS.....	17
2.2 O QUE É RSE?.....	19
2.2.1 Visão Clássica.....	19
2.2.2 Visão Socioeconômica.....	19
2.3 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONCEITO DE RSE.....	20
2.3.1 RSE no Mundo.....	20
2.3.2 RSE no Brasil.....	21
2.4 INDICADORES DE RSE.....	22
2.4.1 O que é Balanço Social?.....	22
2.4.2 Demonstração do Valor Adicionado.....	23
2.5 CERTIFICAÇÕES DE RSE CORPORATIVA.....	24
2.5.1 Por que investir em RSE?.....	25
2.6 MODELOS DE ANÁLISE DE RSE.....	26
2.6.1 Modelo de Carrol.....	26
2.6.2 Modelo de Davis e Blomstrom.....	27
2.7 RSE E <i>STAKEHOLDERS</i>	29
2.7.1 <i>Stakeholders</i> : partes interessadas.....	29
2.7.2 Dimensões de RSE.....	33
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA	36
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	37
3.2 OBJETO DE ESTUDO.....	37
3.2.1 SENAI.....	37
3.2.2 IEL.....	38
3.2.3 SESI.....	38
3.2.4 Ação Global.....	40

CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS ..	39
4.1 OBJETO DE ESTUDO	40
4.1.1 SENAI	40
4.1.2 IEL.....	41
4.1.3 SESI	41
4.1.4 Ação Global	42
4.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	45
4.2.1 Principais Ações de RSE Realizadas pela Empresa	45
4.2.2 Público Beneficiado pelas Ações	46
4.2.3 Ganho da Empresa Estudada.....	47
CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES	49
REFERÊNCIAS	51
ANEXOS	54
APÊNDICES	58



CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

Desde a disseminação do pensamento de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), notamos um surpreendente salto na gestão empresarial. Novos conceitos, abordagens e ferramentas são criados constantemente para acompanhar o ritmo dessa mudança. Apesar disso, ainda é comum notar a confusão que o tema gera. Comumente a RSE é confundida com filantropia, uma ação social de natureza assistencialista, caridosa e temporária, ou ainda, utilizada como mera ferramenta de *marketing*.

A partir da década de 80, percebemos que técnicas de RSE foram usadas mais intensamente em países europeus, por serem os países que primeiro desencadearam a ideia, enquanto que na América Latina ainda são um tanto sutis. O Brasil, por exemplo, por ter aderido a este conceito somente a partir de 1996, através do sociólogo Betinho, na criação do Instituto de Análises Sociais Econômicas (IBASE) e do Balanço Social, encontra dificuldades em inseri-lo na cultura organizacional por ser um tema novo nas empresas nacionais.

Ao longo do tempo verificamos que o conceito de RSE vem se desprendendo da visão clássica, em que a contribuição social da empresa seria a maximização do lucro. Dentro da abordagem contemporânea, a RSE consiste em um compromisso da empresa com a sociedade na busca de melhoria da qualidade de vida da comunidade, além de manter um relacionamento sadio e ético com seus *stakeholders* (partes interessadas).

Notadamente percebemos que a globalização vem trazendo impactos como o crescimento do âmbito de atuação empresarial e, conseqüentemente oportunizando as empresas a uma mudança de atitude corporativa.

Neste cenário de mudanças constantes de comportamento, a sobrevivência das empresas neste ambiente competitivo, passou a depender de como as estratégias de negócios lidam com essas variáveis. Nesse contexto, as empresas buscam diferenciais, e utilizam as práticas de RSE como valor agregado da empresa.

A partir deste conflito de abordagens, sentimos a necessidade de realizar uma pesquisa de natureza qualitativa a fim de identificar dentro de uma empresa conceituada na Paraíba, o retorno trazido pela prática de RSE, implantada na mesma.

Com a apresentação deste estudo de caso, acreditamos poder identificar dentro das diversas ações realizadas pela Federação das Indústrias do Estado da

Paraíba (FIEP), através do Serviço Social da Indústria (SESI), órgão de RSE integrante desse grupo, a que traz mais retorno a empresa pesquisada, bem como analisar as principais ações de responsabilidade social realizadas pela empresa; identificar o público beneficiado por ações realizadas pela empresa estudada; e apontar o ganho da empresa estudada.



CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE): CONCEITOS E ABORDAGENS

Diante dos inúmeros conceitos referentes à RSE encontrados na literatura, podemos identificar três interpretações distintas de acordo com Tenório (2006). A primeira é a abordagem industrial em que afirma que a empresa deve cumprir as obrigações legais e comprometer-se com o desenvolvimento econômico; a segunda refere-se a um envolvimento da empresa em atividades comunitárias; a terceira é entendida como o compromisso da empresa com a sociedade na busca de uma melhor qualidade de vida.

Desde o século passado, vivenciamos transformações mais intensas e constantes em todas as esferas da sociedade, sejam elas política, econômica ou social, inclusive considerando o meio ambiente. As duas primeiras abordagens encontram-se incompletas se considerarmos estas mudanças, excetuando-se a terceira, que faz referência ao compromisso da empresa com a sociedade visando uma melhor qualidade de vida (TENÓRIO, 2006), bem mais próxima da necessidade real da sociedade.

O mercado está priorizando as empresas que possuem uma gestão voltada para um bem maior – o social – e o cenário empresarial tem que acompanhar esta mudança, visando a sua longevidade quando empresa.

Uma instituição criada nesta óptica, que expressa esta relação da empresa com a sociedade é o do Instituto Ethos (2000), que reza em seu conteúdo:

[...] é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com os quais se relaciona e pelos estabelecimentos de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução de desigualdades sociais.

Certo (2005, p. 262) chama atenção quando diz que RSE é o “grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protegem e melhoram a sociedade onde estão inseridas para atender aos interesses econômicos e técnicos da organização [...]”, além de afirmar que “implica a realização de atividades que podem ajudar a sociedade, ainda que não contribuam para aumentar a lucratividade da empresa”.

Independente do motivo (consciência social, estratégia corporativa ou ambos), que levam as empresas a praticarem a RSE, o número de práticas realizadas pelas empresas brasileiras vem **crescendo** consideravelmente. Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto Ethos em parceria com o Instituto Akatu, em 2008, que objetivou identificar as principais conquistas e os desafios do fenômeno RSE no Brasil, investigando diretamente o comportamento das empresas por meio de questionamento sobre a existência de práticas de RSE e seus níveis de implantação, os dados coletados mostraram um aumento da participação das empresas, se compararmos à pesquisa feita pelo mesmo instituto, em 2004.

Segundo o Ethos (2008), no ano de 2004, quando a pesquisa foi realizada pela primeira vez pelo Instituto Akatu, 50% das empresas pesquisadas apresentavam 11 das 55 práticas elencadas de RSE implantadas; em 2008 eram 22 de 56 das práticas avaliadas. Isto evidencia a mudança no comportamento do gestor, comprovando que, por fim, eles estão dispostos a terem suas empresas associadas a um comportamento socialmente responsável.

Nessa perspectiva, o desafio é direcionar essas ações para questões mais abrangentes como transparência, relacionamento com os *stakeholders*, pois eles passam a envolver mudanças nas fundamentações éticas da empresa, exigindo assim um envolvimento mais consciente.

Partindo do pressuposto que existem duas abordagens sobre RSE, numa concepção clássica que diz que a responsabilidade da empresa é criar o lucro defendido por Milton Friedman e o socioeconômico ou contemporâneo, onde as empresas são responsáveis por ajudar a manter e a aumentar o bem-estar da sociedade. É pretendido, através desse estudo, demonstrar os motivos das práticas de RSE, bem como os benefícios trazidos à empresa por estas.

Certo (2005, p. 265) diz que as duas abordagens podem se tornar incompatíveis quando “em situações em que as atividades de responsabilidade social (1) não são exigidas por lei (2) não são lucrativas. Então, acrescenta ele, “o ponto de vista clássico argumenta contra a realização da atividade; já o ponto de vista contemporâneo se posiciona a favor [...] se os custos não forem muito grandes” Dentro deste contexto, nosso estudo vai explorar uma empresa que possui práticas de RSE bem definidas e identificar a mais relevante.

2.2 O QUE É RSE?

2.2.1 Visão Clássica

Para falar de RSE é preciso citar dois pontos de vista completamente opostos e complementares ao mesmo tempo. O primeiro deles é a visão defendida pelo economista Milton Friedman, a clássica. Para Friedman, a maximização dos lucros seria a contribuição social que o empresário ofereceria à sociedade (SUCUPIRA et al., 2010).

Defensores desta ideia argumentam que, se o administrador gasta recursos em funções sociais, alguém terá que arcar com estes custos. Se os recursos para uma ação social sair dos lucros e dividendos, os acionistas/investidores perdem; se os salários forem sacrificados, os empregados é quem pagam a conta e se o financiamento vier da elevação de preços, os consumidores é que sairão perdendo (SUCUPIRA et al., 2010).

2.2.2 Visão Socioeconômica

O segundo ponto de vista é uma ideia contemporânea, onde o administrador também visa o lucro, mas não pode se limitar a isto, tendo que levar em conta o bem-estar de seus empregados e da comunidade e os interesses de todos os grupos que são afetados pelas atividades da empresa.

Os defensores desta visão rebatem a tese de Friedman com o argumento de que os tempos mudaram e que a maximização dos lucros passou a ser segunda prioridade da empresa. A primeira deve ser assegurar a sua sobrevivência num mundo extremamente competitivo. Depois de assegurada a sua posição no mercado em longo prazo, a maximização do lucro é uma decorrência natural.

Na visão socioeconômica, a forma de geração do lucro passa por uma postura de respeito aos interesses dos *stakeholders* (SUCUPIRA et al., 2010).

2.3 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONCEITO DE RSE

2.3.1 RSE no Mundo

Em 1916, quando Ford distribuiu parte dos dividendos dos acionistas em aplicações para aumento de capacidade de produção, salários e na constituição de fundo de reserva da empresa, deu um “pontapé” inicial no conceito de RSE, deixando o interesse dos acionistas em segundo plano, e gerou polêmica na época. Alguns anos mais tarde, em 1923, o empresário inglês Oliver Sheldon, diretor da Rowntree Company, afirmava que o lucro dos acionistas não deveria ser o único objetivo da empresa, e defendia os interesses das comunidades como base da motivação da indústria inglesa (SUCUPIRA et al., 2010).

Na década de 1940, foi aprovado por 120 empresários da indústria inglesa um manifesto que entre outras reivindicações estava a de resguardar a necessidade de dar maior contribuição ao bem-estar da nação como um todo (SUCUPIRA et al., 2010).

Na década de 1950, com a economia em ebulição, a sociedade começou a se mobilizar pressionando governo e empresas para resolverem problemas trazidos junto das indústrias (TENÓRIO, 2006). Logo, o conceito de RSE passou a incorporar as empresas, trazendo à tona questões trabalhistas e ambientais. Neste mesmo período estava sendo lançado, nos Estados Unidos, o livro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard Bowen, em 1953 (TORRES, 2005 apud SUCUPIRA et al., 2010), que ressaltava a influência sofrida na sociedade pelos negócios e, portanto, seus valores mereciam ser considerados.

Porém, é na década de 1960 que os Estados Unidos e parte da Europa têm a ideia de RSE corporativa sobreposta. Percebe-se a mudança na mentalidade das pessoas, demonstrada através de protestos em várias áreas, e o repúdio à Guerra do Vietnã gerou um boicote pela população às empresas que, de alguma forma, estavam ligadas a ela. É nesta década também que acontecem os primeiros manifestos contra a poluição crescente da época, que surge o movimento pelo consumo consciente, que os carros passam a ter mais segurança através de

equipamentos como cinto de segurança, pára-brisas que não originassem estilhaços, entre outros (TENÓRIO, 2006).

Na década de 1980, surgiu o movimento de RSE, como é conhecido hoje, depois de grandes acidentes na Índia, e com o acontecimento de um dos piores acidentes da história da humanidade, o derramamento de 11 milhões de litros de óleo da Exxon Valdez no Alasca (SUCUPIRA et al., 2010).

2.3.2 RSE no Brasil

No Brasil, segundo Lourenço e Schroder (2002, p. 5), o conceito de RSE começa a ser discutido nos anos 60:

[...] com o surgimento da ADCE – Associação dos Dirigentes Cristãos das Empresas, tendo como um dos princípios a aceitação por seus membros de que a empresa, além de produzir bens e serviços, possui a função social que se realiza em nome dos trabalhadores e do bem-estar da sociedade. Apesar da Idéia já motivar discussões, apenas em 1977 foi destaque do 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas.

Em 1981, com a multiplicação das Organizações Não-Governamentais (ONGs) e o surgimento do IBASE, formado por exilados políticos, entre eles o sociólogo Herbert de Souza, o “Betinho”, conhecido pela sua campanha contra a fome, o IBASE foi o pioneiro na discussão de relatórios corporativos no Brasil (Balanço Social) (REIS, 2006).

Em 1995, foi criado o Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), uma associação que se preocupou verdadeiramente com os temas filantropia, cidadania e responsabilidade empresarial, e adotou o termo cidadania empresarial para as atividades realizadas em prol da melhoria e transformação da sociedade (LOURENÇO, SCHRODER 2002).

Foi em 1998 que o tema ocupou lugar de destaque na comunidade empresarial, com a criação do Instituto Ethos, que tinha por principal objetivo promover a RSE neste meio. Em poucos anos, o Ethos tinha reunido centenas de empresas, editado publicações e consolidado o conceito de balanço social no país, além de receber prêmios de reconhecimento por projetos e práticas de RSE.

2.4 INDICADORES DE RSE

Indicadores de RSE são sistemas de avaliação que permitem às empresas verificar o seu nível de envolvimento com questões sociais, além de auxiliar na administração e possibilitar a comunicação transparente da organização com seus diversos agentes. Dessa forma, as corporações reforçam seu compromisso com a ética nos negócios e com a melhoria de vida da sociedade (TENÓRIO, 2006).

2.4.1 O que é Balanço Social?

O Balanço Social é um demonstrativo anual publicado voluntariamente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. O modelo proposto pelo IBASE é hoje hegemônico no Brasil e ainda é bem atraente. A principal característica do modelo é sua simplicidade e caráter voluntário (Anexo B) (SUCUPIRA et al., 2010).

Em 1997, as deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling elaboraram um projeto que objetivava a obrigatoriedade da elaboração do Balanço Social para as empresas que possuíssem mais de 100 empregados no seu quadro de funcionários, mas até o momento o projeto não foi votado (TENÓRIO, 2006).

Com crescente demanda por “accountability¹” empresarial vinda de países europeus, países como a França, através da criação do “bilan social” em 1972, e Reino Unido, com o pacote instrumental do “Corporate Report” em 1975, seriam pioneiros na “contabilidade social” de empresas. Esta prática é obrigatória em empresas que possuam um número de funcionários igual ou superior a duzentos, no Brasil é totalmente voluntária (SUCUPIRA et al., 2010).

¹ Termo da língua inglesa, sem tradução exata para o português, remete a obrigação de membros de um órgão administrativo ou representativo de prestar contas a instâncias controladoras ou a seus representados. Outro termo usado numa possível versão portuguesa é responsabilização. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Accountability>)

O Balanço Social tornou-se indispensável, a partir da crescente demanda, por parte da sociedade, de informações a respeito dos impactos que as atividades empresariais exercem sobre trabalhadores, a sociedade, a comunidade e o meio ambiente e tem por principais benefícios: identificação do grau de comprometimento social da empresa com a sociedade, os empregados e o meio ambiente; a evidenciação, através de indicadores, das contribuições à qualidade de vida da sociedade; a avaliação da administração através de resultados sociais, e não somente financeiros (TENÓRIO, 2006).

QUADRO 1: Fases para implementação do Balanço Social.

<p>1. Fase política: consciência da necessidade do balanço social como instrumento gerencial e de relações públicas.</p>	<p>2. Fase operacional: etapa em que se busca implantar de forma operacional a demonstração do balanço social.</p>
<p>3. Fase da gestão: adicionam-se os objetivos sociais e ecológicos aos objetivos econômicos, afetando o processo de tomada de decisões nos diversos níveis.</p>	<p>4. Fase da Avaliação: avaliação dos procedimentos utilizados na preparação e comunicação das informações. Retroalimentação do sistema, reavaliando procedimentos, implementações e resultados, oriundos do balanço social.</p>

Fonte: adaptado de Kroetz (2000 apud TENÓRIO, 2006, p. 38).

2.4.2 Demonstração do Valor Adicionado (DVA)

O DVA é um relatório que permite identificar quanto de valor uma empresa agrega à sociedade e de que forma ele é repartido entre os agentes (TENÓRIO, 2006) (Anexo A).

A riqueza gerada pela empresa, medida no conceito de valor adicionado, é calculada a partir da diferença entre o valor de sua produção e o dos bens e serviços produzidos por terceiros utilizados no processo de produção da empresa. A utilização do DVA como ferramenta gerencial pode ser resumida como índice de avaliação do desempenho na geração da riqueza. Ao medir a eficiência da empresa na utilização dos fatores de produção, comparados ao valor das saídas e das entradas, e como índice de avaliação do desempenho social à medida que demonstra a participação dos empregados, do governo, dos agentes financiadores e dos acionistas, na distribuição da riqueza gerada.

2.5 CERTIFICAÇÕES DE RSE CORPORATIVA

A certificação de RSE é uma questão relativamente nova no Brasil e no mundo. Segundo Tenório (2006), normas como SA 8000, BS 8800 e a AA 1000, surgiram com o intuito de padronizar alguns indicadores de ética e RSE na condução dos negócios.

Sobre as normas, Tenório (2006, p. 42) diz que:

[...] a BS 8000 aborda questões referentes às condições de segurança e saúde dos trabalhadores [...], SA 8000 foi desenvolvida com base nos preceitos da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e concentra-se no respeito aos direitos humanos e trabalhistas. Já a AA1000 (2000) procura avaliar e analisar as relações existentes entre empresas e comunidades.

Todas as certificações tratam parcialmente das dimensões de RSE corporativa. Para informações adicionais é necessário um entendimento das certificações complementares como a ISO 9000 (referente à qualidade dos produtos) e a ISO 14000 (referente a questões ambientais).

QUADRO 2: Padrões existentes que cobrem aspectos de sustentabilidade.

Nome do padrão	Foco do padrão	Grupo foco
SA 8000 (Social accountability - SAI)	Condições de trabalho	Todas as empresas
AA 1000 (Accountability, ISEA)	Diálogo com stakeholders	Organizações com ou sem fins lucrativos
Forest Stewardship Council FSC	Meio ambiente, comunidades locais	Empreendimentos agroflorestais
Marine Stewardship Council MSC	Meio ambiente, animais	Pesca
ISO- Norms (9000, 14000, etc.)	Qualidade, meio ambiente	Todas as empresas
Global Reporting Initiative GRI	Qualidade em relatórios de sustentabilidade	Todas as empresas

Fonte: Oliveira; Grüniger (2002, p. 2).

A SA8000 (Social Accountability 8000) da SAI – Social Accountability International – é um padrão de RSE e prestação de contas, com foco em condições de trabalho. Baseia-se em normas internacionais como as convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Convenção das Nações Unidas sobre Direitos da Criança. Inclui

definição de políticas, monitoramento de atividade e resultados, verificação de conformidade, comunicação de procedimentos e desenvolvimento de sistemas de gerenciamento. A SA8000 foi desenvolvida e é objeto de um processo de melhoria contínua, construído em consenso pelo diálogo com *stakeholders*. Não inclui o engajamento de *stakeholders* como parte essencial do processo de RSE e prestação de contas (OLIVEIRA; GRÜNINGER, 2002).

2.5.1 Por que investir em RSE?

Dentro dos vários elementos que podem motivar as empresas a atuarem de forma responsável, podemos citar os demonstrados no Quadro 3, a seguir.

QUADRO 3: Elementos que justificam a RSE.

Pressões Externas	Legislações ambientais Movimentos dos consumidores Atuação dos sindicatos em busca da elevação dos padrões trabalhistas Exigências dos consumidores Reivindicações das comunidades afetadas pelas atividades industriais Globalização ^{2*}
Forma Instrumental	Incentivo Fiscal (redução ou isenção de carga tributária)
Questões de princípios	Inserção na Cultura Organizacional

Fonte: adaptado de Tenório (2006, p. 33-34).

Quando a responsabilidade social é motivada por questões de princípio, riscos como descontinuidade de investimentos sociais são nitidamente reduzidos, porque esses valores são incutidos na cultura empresarial direcionando suas ações a melhorar relações com fornecedores, clientes, governo, acionistas, meio ambiente, comunidade, entre outros (TENÓRIO, 2006).

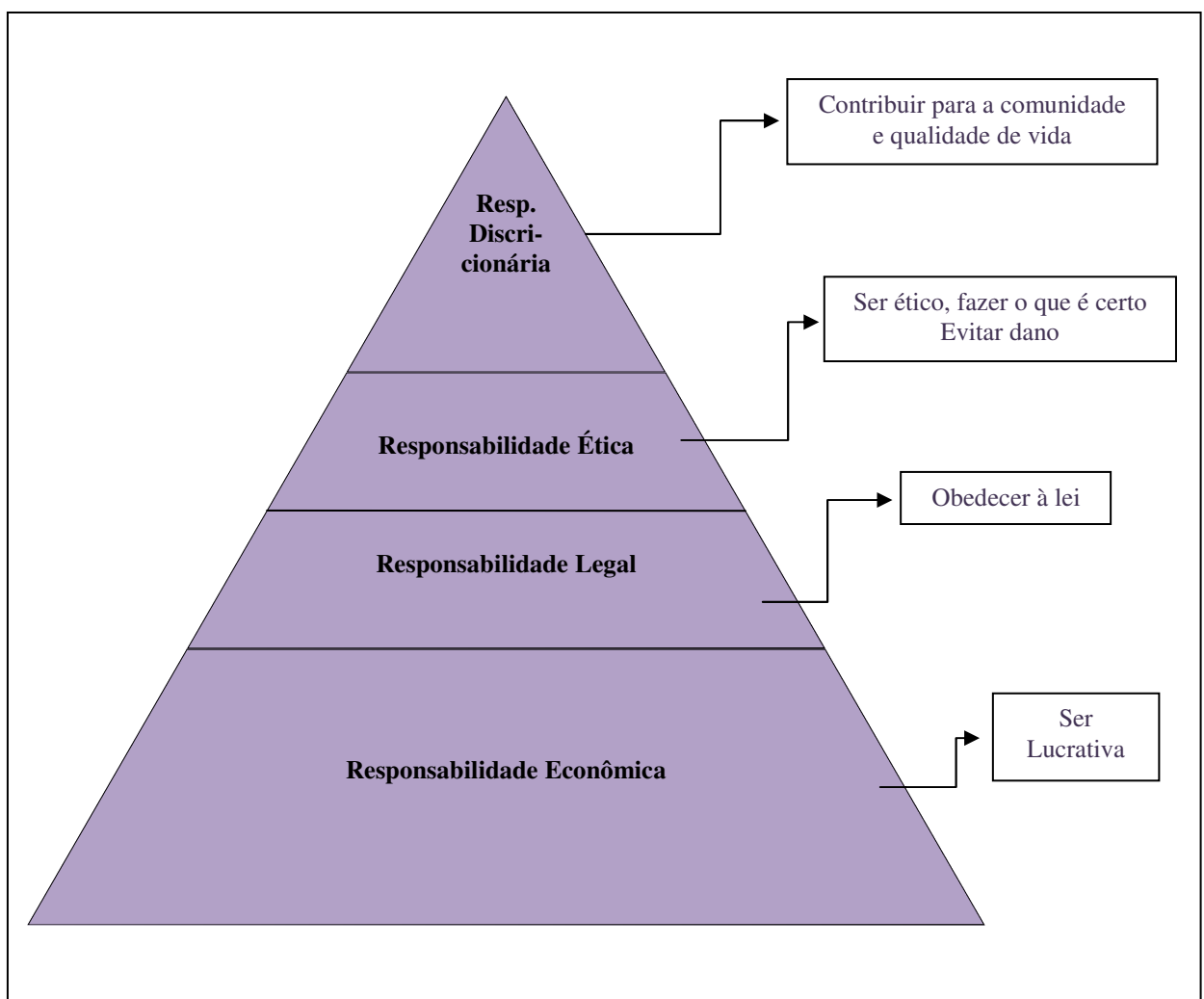
² Organismos internacionais como Organização Mundial do Comércio (OMC) e a própria Organização das Nações Unidas (ONU), através do programa Global Impact, estão incentivando empresas de todo mundo a adotar códigos de conduta e princípios básicos relacionados à preservação do meio ambiente, às condições de trabalho e ao respeito aos direitos humanos.

2.6 MODELOS DE ANÁLISE DE RSE

2.6.1 Modelo de Carrol

No modelo piramidal de Archie Carrol, criado na década de 70 (DAFT, 1999 apud LOURENÇO; SCHRODER, 2002), este modelo diz que a responsabilidade empresarial pode ser subdividida em quatro tipos: econômico, legal, ético e discricionário (filantrópico). Para os autores, “as responsabilidades estão ordenadas na pirâmide da base para o topo de acordo com sua magnitude relativa e da freqüência dentro da qual os gerentes lidam com cada aspecto” (p. 6).

FIGURA 1: Os quatro tipos de RSE.



Fonte: adaptado de Lourenço e Schroder (2002, p. 7).

Os pontos a seguir consistem na descrição de cada item feita por Lourenço e Schroder (2002).

- **Responsabilidade econômica:** está na base da pirâmide, pois é o tipo de RSE mais comum entre as empresas, acontece quando os lucros são a maior razão para a empresa existir. Ter responsabilidade econômica é o mesmo que produzir bens e serviços de que a sociedade necessita, e quer, a um preço que possa garantir a continuação das atividades da empresa, de forma a satisfazer suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros para seus proprietários e acionistas;
- **Responsabilidade legal:** espera-se das empresas que atendam às metas econômicas dentro da estrutura legal e das exigências legais, que são impostas pelos conselhos locais das cidades, assembleias legislativas estaduais e agências de regulamentação do governo federal. No mínimo, espera-se que as empresas sejam responsáveis pela observância das leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários;
- **Responsabilidade ética:** refere-se a comportamentos ou atividades esperados da sociedade pelas empresas, que não são precisamente obrigatórios por leis ou não representam interesse econômico da empresa;
- **Responsabilidade discricionária ou filantrópica:** é totalmente voluntária e sacia o desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética.

“A atividade discricionária inclui: fazer doações a obras beneficentes; contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados.” (DAFT, 1999 apud LOURENÇO; SCHRODER, 2002, p. 91).

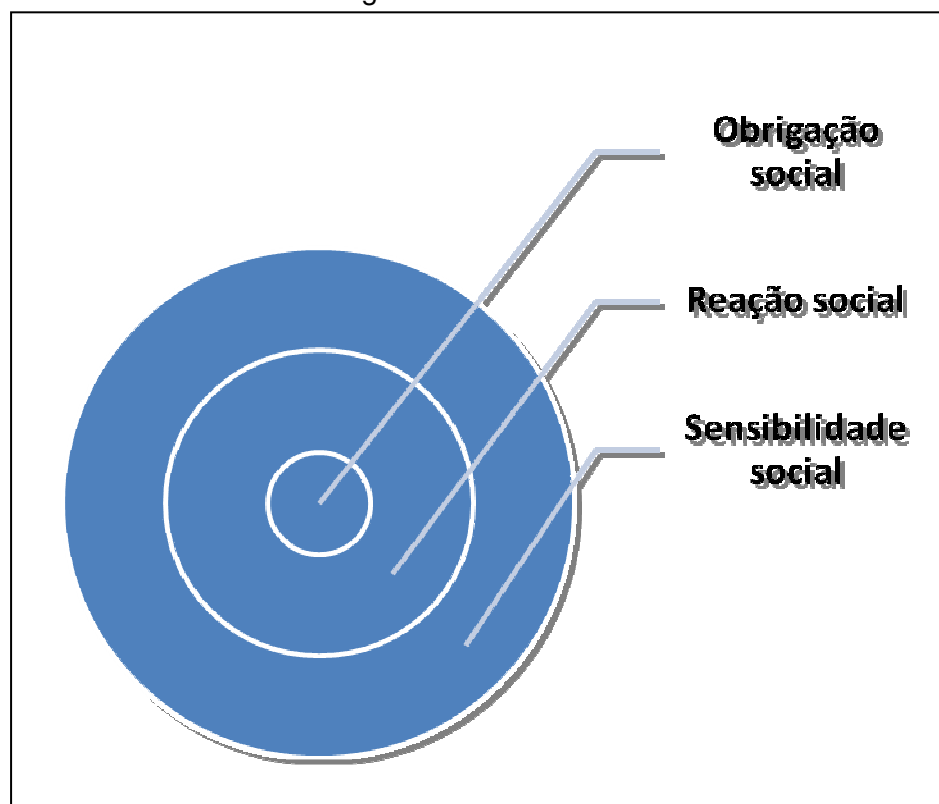
2.6.2 Modelo de Davis e Blomstrom

E notório o empenho de algumas empresas em tentar cumprir ou pelo menos se preocupar mais com suas obrigações sociais, principalmente nas últimas décadas. Mas isso por si só não é caracterizado por RSE, pois a ideia de RSE não

dita apenas obrigações legais e econômicas, mas também certas responsabilidades para com a sociedade, as quais se alongam além dessas obrigações.

A diferença entre a ausência de RSE (exceto da exigida por lei) e a adoção de uma postura socialmente responsável mais ampla. A partir daí, surgem três níveis diferentes de abordagem da responsabilidade social apresentados na Figura 2, a serem adotadas como ações das empresas em relação as suas demandas sociais (LOURENÇO; SCHRODER, 2002 apud MONTANA; CHARNOV et al., 1998).

FIGURA 2: As três abordagens de RSE.



Fonte: adaptado de Lourenço e Schroder (2002, p. 8).

No círculo menor, encontra-se a *obrigação social*: comportamento de negócio que reflete a responsabilidade econômica e legal da empresa. O círculo do meio representa a *reação social*: comportamento exigido por grupos que têm uma participação direta nas ações da organização. No círculo maior, a *sensibilidade social* tem um comportamento antecipador, pró-ativo e preventivo (LOURENÇO; SCHRODER, 2002, p. 8).

A seguir apresentaremos a descrição desses três níveis feita por Lourenço e Schroder (2002):

- **Obrigação Social:** é caracterizado quando uma empresa tem práticas de RSE, buscando lucrar apesar das advertências legais impostas pela sociedade. Para

Lourenço e Schroder (2002, p. 9), “um gestor pode afirmar segundo este ponto de vista, que cumpriu suas obrigações para com a sociedade ao criar bens e serviços em troca de lucros, dentro dos limites da lei”;

- **Reação Social:** se refere à forma como as empresas reagem a grupos como sindicatos, associações quando são pressionadas. Empresas que adotam esta linha procuram atender a responsabilidades econômicas, legais e éticas. O fator que leva muitas empresas a aceitarem estas imposições é o reconhecimento de que estas dependem da sociedade à qual pertencem, e que ignorar os problemas sociais pode ser destrutivo em longo prazo;
- **Sensibilidade Social ou Pró-atividade Social:** caracteriza-se por comportamentos socialmente responsáveis mais antecipadores e preventivos do que reativos e reparadores. Montana e Charnov (1998 apud LOURENÇO E SCHRODER, 2002, p. 9) explicam que:

A expressão *sensibilidade social* tornou-se largamente utilizada para referir atos que vão para além da mera obrigação social e da reação social. Uma empresa *socialmente sensível* procura formas de resolver problemas sociais, ou seja, corresponde a uma empresa fortemente empenhada numa abordagem pró-ativa da responsabilidade social. Problemas futuros são previstos, e ações são tomadas para evitar o aparecimento do problema ou minimizar seus reflexos.

2.7 RSE E STAKEHOLDERS

2.7.1 Stakeholders: partes interessadas

Para que uma empresa seja bem sucedida, ela precisa ter gestores que levem em conta as expectativas dos *stakeholders*, que vai desde satisfação de necessidades, compensação financeira até postura ética. Para Sucupira et al. (2010, p. 45), “o envolvimento de todos eles não garante a maximização dos resultados das ações, mas permite achar equilíbrio de forças e minimizar riscos e impactos negativos”.

[...] uma empresa exerce plenamente sua responsabilidade social empresarial quando possui uma gestão eficaz de responsabilidade social

tanto com relação ao seu público interno (beneficiários internos), quanto ao externo (beneficiários externos) (GUEDES, 2000 apud LOURENÇO; SCHRODER, 2002, p. 10).

Na maioria dos conceitos de RSE, a ênfase está nas relações das empresas com as partes interessadas, o que implica dizer que RSE tem a ver com a esfera dos interesses coletivos. Toda empresa é sustentada por pilares que são representados pelos grupos que a compõe e se chamam *stakeholders* ou grupos de interesse (SUCUPIRA et al., 2010).

Para que a empresa venha a ser socialmente responsável, ela precisará manter boas relações com todos os grupos de interesse. A seguir vamos explorar um pouco dessas relações:

- **Relação com os empregados:** uma empresa socialmente responsável vai além das obrigações legais que dizem respeito a empregados. Ela é também uma ótima empregadora, mantém um ambiente de trabalho saudável resultando em maior produtividade comprometimento e motivação, além de tratar seus funcionários como pessoas dignas.

Uma empresa socialmente responsável deve alinhar os seus objetivos estratégicos aos interesses dos seus funcionários através de investimentos no desenvolvimento pessoal e individual de seus empregados, na melhoria das condições de trabalho, no relacionamento interno e no incentivo a participação dos empregados nas atividades da empresa, respeitando a cultura, as crenças, a religião e os valores de cada um (LOURENÇO; SCHRODER, 2002, p. 11).

Outra vertente é que considerando a rapidez do fluxo de informações, empresas socialmente responsável, com sua reputação elevada vai atrair mão-de-obra potencial para seu desenvolvimento, principalmente de jovens recém formados que queiram demonstrar seu conhecimento, logicamente a preferência está por empresas transparentes de liberdade e respeito (SUCUPIRA et al., 2010).

- **Relação com os consumidores:** gradativamente a consciência dos empresários está mudando quando o assunto é percepção dos consumidores. Qualidade, preço baixo, bons serviços ou marca de prestígio não garantem mais um relacionamento duradouro entre empresas e consumidores, se atrelado a tudo isto a empresa não demonstrar preocupação social, respeito ao meio ambiente, comprometimento com projetos de apoio a comunidades carentes, entre outras

análogas. O consumidor está cada vez mais atento, informado e exigente quando o assunto é transparência por parte das empresas;

- **Relação com os fornecedores:** para uma empresa socialmente responsável, a seleção dos fornecedores já não deve girar exclusivamente em torno da apresentação de propostas competitivas. Deve exigir os mesmos padrões éticos de RSE e ambiental praticados por ela. Os fornecedores são responsáveis pela reputação da empresa tanto quanto a própria empresa e podem prejudicá-la caso seu fornecimento comprometa a qualidade do produto/serviço final ou não respeitem valores éticos (SUCUPIRA et al., 2010);
- **Relação com a comunidade:** o conceito de RSE parte do pressuposto que as empresas devem melhorar o meio (comunidade) onde está inserida, visando à melhoria de vida das pessoas que coabitam com ela. Isto se dá em retribuição aos insumos básicos (mão-de-obra, parceiros, entre outros) que são dados a empresa ali instalada. Ações nestas comunidades, além de beneficiá-las, ajudam no desenvolvimento interno e externo da organização.

A integração maximizada da empresa com a comunidade e seus líderes gera um ambiente cordial e propício ao desenvolvimento local. A empresa ganha colaboradores internos com o conhecimento da região e evita problemas sociais como violência, exploração sexual, drogas, etc. (SUCUPIRA et al., 2010, p. 53).

- **Relação com o governo:** uma empresa socialmente responsável deve relacionar-se de forma ética com os poderes públicos, cumprindo as leis e mantendo interações dinâmicas com seus representantes, visando uma constante melhoria das condições sociais e políticas do país. O comportamento ético pressupõe que as relações entre a empresa e governos sejam transparentes para a sociedade, acionistas, empregados, clientes, fornecedores e distribuidores. Cabe à empresa manter uma atuação política coerente com seus princípios éticos e que evidencie seu alinhamento com os interesses da sociedade (LOURENÇO; SCHRODER, 2002).

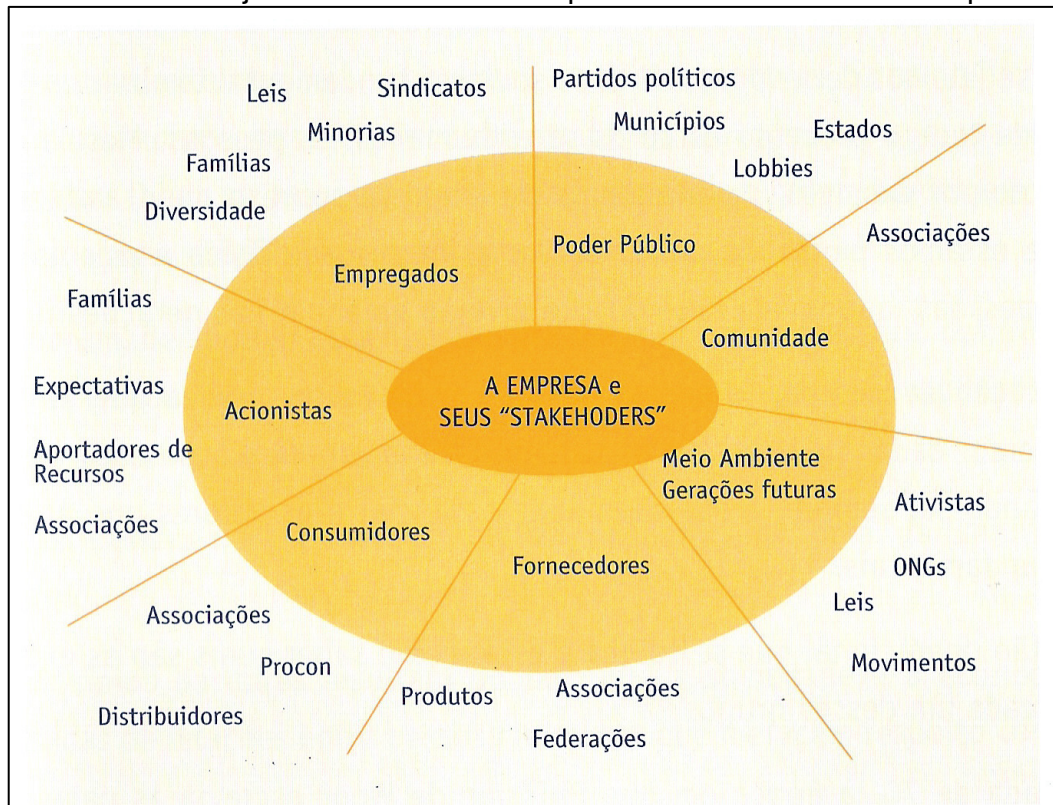
Em uma suposição de falta de articulação da empresa com o governo citado por Sucupira et al. (2010), poderia existir uma ação isolada por parte da empresa, mas se o governo não der suporte e continuidade seria um desperdício. O autor cita a exemplo a construção de um hospital ou de uma escola, se a empresa não se

comprometer com a manutenção do mesmo, ou o governo não arcar com os custos, seria um desperdício. Isto prova que existe necessidade de uma boa relação empresa-governo, mas também deve ser bem administrada para não ter seu nome envolvido em relações antiéticas.

- **Relação com investidores:** ser responsável socialmente também atrai investidores, isto se dá porque os ideais e os valores éticos os influenciam “a ponto de condicionarem suas aplicações de capital às empresas que demonstrem estar em dia com seus deveres em relação ao bem-estar da sociedade” (SUCUPIRA et al., 2010, p. 56).

Esta mudança é demonstrada através de dados como o do Índice Dow Jones de Sustentabilidade (IDJS). É um índice de ação da bolsa das empresas que apresentam melhor desempenho socioambiental e atualmente vem crescendo mais do que o índice Dow Jones Global. Como este tipo de recurso é mais atrativo do que empréstimos, empresas que se destacam nesta área podem contar com esta vantagem para obter maior sucesso (SUCUPIRA et al., 2010).

FIGURA 3: Conjunto de *stakeholders* que se relacionam com a empresa.



Fonte: Perazzo (2003 apud SUCUPIRA et al., 2010, p. 149).

2.7.2 Dimensões de RSE

Diante de um leque de transformações econômicas vivenciadas pelas organizações, a globalização cada dia mais dinâmica influenciando diretamente o consumidor, é necessário que as empresas busquem uma forma de se manter no mercado com um diferencial competitivo. Uma forma disto acontecer é a incorporação gradativa do pensamento socialmente responsável dos gestores à sua cultura organizacional. Cada dimensão a seguir apresenta potencial para representar alvos da atuação social da organização, cabe a empresa analisar e escolher onde melhor se encaixa.

As dimensões a seguir são descritas por Mendonça (2001):

- **Dimensão Estratégia e Transparência:** a análise dessa dimensão procura demonstrar até que ponto a organização evidencia e dissemina, através de suas linhas estratégicas globais, a prática de uma gestão socialmente responsável. Considera também a abertura que a organização proporciona para sejam discutidas suas estratégias de negócios e questões a elas relacionadas, e finalmente, procura avaliar se a mesma: pratica uma gestão de transparência de estratégias e resultados, a partir do diálogo estruturado com as partes interessadas; compartilha suas experiências com outras organizações e, por fim, divulga os resultados obtidos através da emissão e publicação do Balanço Social e relatório de gestão;
- **Dimensão Público Interno:** sobre essa dimensão, pressupõe-se que a organização evidencie esforços e atitudes que sejam comprometidas com o bem-estar dos seus trabalhadores em sentido amplo, reconhecendo-lhes o valor e, principalmente, assumindo a obrigação ética de combater todas as formas de discriminação, aproveitando, dessa forma, as oportunidades oferecidas pela diversidade da riqueza étnica e cultural de nossa sociedade.

Paralelamente tenta-se buscar elementos que permitam mensurar a melhor disseminação de atributos que, em sentido amplo, representariam: manutenção e ampliação dos atuais níveis de empregabilidade praticados; discernimento e postura ética frente à necessidade de executar processos que envolvam a demissão de pessoas; o estabelecimento de políticas de participação nos resultados, que estejam

associadas a programas de capacitação e qualificação profissional realizados sob base contínua.

- **Dimensão Meio Ambiente:** nessa dimensão, o instrumento procura auxiliar na investigação e controle dos possíveis impactos ambientais causados pela atividade produtiva da organização, buscando identificar se ela: conhece os principais impactos ambientais causados por sua atividade e foca a sua ação preventiva nos processos que oferecem dano potencial à saúde e segurança de seus trabalhadores; estabelece e implementa programas de educação ambiental, destinados à comunidade na qual está inserida; produz análises de impacto de todos seus processos, independentemente do cumprimento de obrigações legais e utiliza de forma coerente e racional os recursos naturais e materiais, envolvidos diretamente com execução de suas atividades produtivas;
- **Dimensão Fornecedores e Consumidores:** sobre a análise dessa dimensão, o instrumento apresenta como proposta uma possível inovação nos critérios tradicionais de avaliação, visto que correlaciona, em linha direta, fornecedores e consumidores num único patamar de tratamento. O autor interpreta que, sob este prisma, uma atuação socialmente responsável por parte da organização, obrigá-lhe-ia a oferecer aos seus clientes a mesma gama de benefícios e vantagens, obtidas quando da execução de suas negociações com fornecedores. Obviamente, a inversão desse raciocínio também é assumida nesse contexto como legítima, verdadeira e factível;
- **Dimensão Comunidade:** a dimensão que aponta para um tratamento e relacionamento comunitário classificado como eficaz e socialmente responsável, reúne questões que necessitam de evidências mais que objetivas, por parte das organizações. Sobre esse prisma, é muito comum identificar-se que sob o “*pano de fundo*” de uma atuação realmente comprometida com os interesses, anseios e necessidades comunitárias, muitas organizações utilizam-se do artifício da filantropia, para minorar ou atenuar a neutralidade do impacto de sua atuação na comunidade na qual está inserida;
- **Dimensão Governo e Sociedade:** essa última dimensão, selecionada para compor o instrumento, poderá permitir uma avaliação sobre como a organização se comporta em relação aos seus relacionamentos e ações direcionadas aos aspectos governamentais e sociais. Atitudes de comprometimento e atendimento

a requisitos legais e regulatórios, conjugados com uma atuação de mesmo calibre, evidenciada no campo social, devem proporcionar-lhe uma atmosfera de conformidade, tranquilidade e senso de civilidade. Em síntese, procura-se mensurar se na sua participação em associações e fóruns empresariais, a organização: trabalha ativa e pró-ativamente, contribuindo com recursos diversos, na elaboração de programas, processos e propostas concretas de interesse público e caráter social reconhecidamente comprovado.



CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Esta pesquisa é de abordagem qualitativa, pois este tipo envolve a observação intensiva e de longo tempo num ambiente natural, o registro preciso e detalhado do que acontece no ambiente, a interpretação e análise de dados utilizando descrições e narrativas (THOMAS; NELSON, 1996).

3.2 O MÉTODO

3.2.1 Caracterização da Pesquisa

A pesquisa foi caracterizada quanto aos fins como descritiva, pois as pesquisas descritivas caracterizam-se frequentemente como estudos que procuram determinar *status*, opiniões ou projeções futuras nas respostas obtidas. A sua valorização está baseada na premissa que os problemas podem ser resolvidos e as práticas podem ser melhoradas através de descrição e análise de observações objetivas e diretas. As técnicas utilizadas para a obtenção de informações são bastante diversas, destacando-se os questionários, as entrevistas e as observações (CERVO; BERVIAN, 1983).

E quanto aos meios, referentes a um estudo de caso, Vergara (2009) conceitua estudo de caso como o que está restringido a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país e tem caráter de profundidade e detalhamento, podendo ou não ser realizada no campo.

[...] é uma categoria da pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida, como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa ou unidade social. Visa conhecer o seu “como” e os seus “porquês”, evidenciando a sua unidade e identidade própria. É uma investigação que se assume como particularista, debruçando-se sobre uma situação específica, procurando descobrir o que há de mais essencial e característico (VILABOL, 2008 apud RODRIGO, 2008, p. 3).

3.2.2 Instrumento de Coleta

A pesquisa foi realizada de forma qualitativa através de uma entrevista semi-estruturada que possibilitou ao entrevistador combinar perguntas objetivas e subjetivas, dando a oportunidade das entrevistadas ponderar sobre o assunto. A referida entrevista, composta por treze perguntas, das quais as quatro primeiras questões dizem respeito ao perfil do entrevistado, as próximas sete visam responder o objetivo geral do estudo e as duas últimas têm por finalidade identificar a existência de parcerias.

Foi realizada no dia vinte de outubro de 2010, às 10h30min, com a consultora em Responsabilidade Social do SESI, Juciara Joyce Silva Vasconcelos, na função há quatro anos. Os dados, bem como informações complementares da Ação Global, foram cedidos pela atual coordenadora estadual do programa, Maria da Conceição, no dia três de novembro de 2010, e foram gravadas com autorização da mesma. Estes dados foram requeridos através de um ofício encaminhado no dia 25 de outubro de 2010 à superintendente da instituição.



CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 OBJETO DE ESTUDO

A Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP) foi constituída em 1949, e filiada à Confederação Nacional da Indústria (CNI), em 1957. Considerada como entidade de grau superior de representatividade industrial do estado da Paraíba, a FIEP conta hoje com 24 (vinte e quatro) sindicatos estaduais e 2 (dois) nacionais, e Integra ainda:

- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI): criado em 1942 (Educação para o Trabalho);
- Instituto Euvaldo Lodi (IEL): criado em 1968 (Integração do Conhecimento);
- SESI: criado em 1949 (Responsabilidade Social).

4.1.1 SENAI

Criado em 1942, por iniciativa do empresariado do setor, o SENAI é hoje um dos mais importantes pólos nacionais de geração e difusão de conhecimento aplicado ao desenvolvimento industrial. Parte integrante do Sistema Confederação Nacional da Indústria (CNI) e Federações das Indústrias dos estados. O SENAI apóia 28 áreas industriais por meio da formação de recursos humanos e da prestação de serviços como assistência ao setor produtivo, serviços de laboratório, pesquisa aplicada e informação tecnológica. Graças à flexibilidade de sua estrutura, o SENAI³ é o maior complexo de educação profissional da América Latina. Diretamente ligados a um Departamento Nacional, 27 Departamentos Regionais levam seus programas, projetos e atividades a todo o território nacional, oferecendo atendimento adequado às diferentes necessidades locais e contribuindo para o fortalecimento da indústria e o desenvolvimento pleno e sustentável do País.

³ http://www.senai.br/br/institucional/snai_oq.aspx

4.1.2 IEL

Parte do Sistema Indústria, o IEL é a entidade responsável pelo desenvolvimento de serviços que favoreçam o aperfeiçoamento da gestão e a capacitação empresarial. Suas ações são divididas nas áreas de capacitação para empresas, educação empresarial e estágio que, em conjunto, oferecem à indústria brasileira as principais ferramentas para seu desenvolvimento pleno e sustentável: estímulo à inovação, eficiência em gestão e treinamento de lideranças afinadas com os desafios da nova ordem econômica mundial.

Para alcançar seus objetivos, o IEL⁴ promove a interação entre empresas e instituições geradoras de conhecimento e de novas tecnologias. Trabalhando em estreita sintonia com as necessidades regionais, a instituição oferece capacitação, consultoria e informação estratégica adequadas para empresas de todos os portes.

4.1.3 SESI

Este trabalho objetiva explorar, especificamente, o SESI, por se tratar de um órgão de RSE e ser o órgão promotor da Ação Global.

A RSE no Brasil caminha lado a lado com a história do SESI⁵. Fundado durante a Era Vargas, o SESI nasceu juntamente com importantes conquistas para a qualidade de vida do trabalhador, encabeçadas pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

O SESI não é apenas pioneiro, mas um agente de transformação. Por mais de 60 anos, tem se dedicado a atender aos trabalhadores da indústria com o máximo de atenção, zelando pelo seu bem-estar e saúde. Tudo partiu de uma visão simples: as pessoas são a força motriz e razão para as indústrias existirem; o resto é maquinário.

Garantir o exercício da cidadania aos industriários e suas famílias é o desafio do SESI. Para isso, além da estrutura física com centros de atividades, colônias de

⁴ <http://www.iel.org.br/portal/data/pages/FF808081267CB2A701267F1582E05741.htm>

⁵ <http://www.sesi.org.br/portal/main.jsp?lumChannelId=8A81818B146A9BCF01146AC20CDE2A96>

férias e clubes do trabalhador, a entidade oferece programas como a Ação Global e o Cozinha Brasil. Os trabalhos de promoção da saúde integram a agenda de iniciativas do SESI que motivam o empregado da indústria a ter uma vida mais saudável.

Para complementar o serviço prestado à comunidade industriária, o SESI se propõe a estimular a gestão socialmente responsável nas empresas, contribuindo para a competitividade e o desenvolvimento sustentável do Brasil. Um exemplo dessa linha de atuação é o Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho (PSQT).

Nos últimos 60 anos, o SESI conquistou a confiança de milhares de brasileiros graças a um trabalho ético e transparente, comprometido com a inclusão social. O lazer, a saúde e a educação são os pilares dos investimentos da rede, presente nos 26 estados e no Distrito Federal, somando 2.006 municípios atendidos. Esta estrutura garante presença constante da entidade na vida do trabalhador.

- **Missão:** promover a qualidade de vida do trabalhador e de seus dependentes, com foco em educação, saúde e lazer, e estimular a gestão socialmente responsável da empresa industrial;
- **Visão:** ser o líder nacional na promoção da melhoria da qualidade de vida do trabalhador e de seus dependentes e da gestão socialmente responsável da empresa industrial.

4.1.4 Ação Global

Um mutirão de serviços integrados que tem como foco a promoção e o fortalecimento da cidadania. É assim que a Ação Global é reconhecida desde 1991. Durante um dia inteiro, o SESI, a Rede Globo e centenas de parceiros somam esforços para oferecer serviços nas áreas de educação, saúde, lazer e cidadania para a população carente do Brasil. Pensando em intensificar essa mobilização realizada há mais de dez anos, o SESI e a Rede Globo reformularam o evento. A proposta é que a Ação Global desperte novos interesses e provoque parceiros e sociedade para uma discussão contínua sobre responsabilidade social. O objetivo é atingir cerca de dois milhões de pessoas a cada ano em todo o país, envolvendo diversos segmentos da sociedade.

- **Impacto** – pesquisa do SESI mostra que 66,4% das pessoas que buscam os serviços da Ação Global têm renda familiar inferior a dois salários mínimo. O estudo feito em 2007 revela que 76,6% dos participantes são mulheres e 59,8% dos adultos têm entre 18 e 39 anos. Ao ajudar milhões de brasileiros a resgatar a cidadania, o programa, que prestou mais de 25 milhões de atendimentos desde a sua criação, em 1995, dá uma importante contribuição ao desenvolvimento sustentável do país (SESI).

Os serviços oferecidos pela Ação Global variam de acordo com o ano, o local e com as parcerias estabelecidas. A cada edição do evento são escolhidos temas prioritários de atendimento, mas os trabalhos de todas as demais áreas sempre são mantidos. De modo geral, são realizadas as seguintes atividades:

- **Saúde:** consultas médicas; medição da pressão arterial; orientação para a prevenção de doenças; distribuição de preservativos; tipagem sanguínea; medição de colesterol; exame de vista; prevenção do uso abusivo de drogas e do câncer de mama, de útero e de próstata; planejamento familiar; orientação sobre prevenção da gravidez na adolescência; vacinação; prevenção de doenças bucais com aplicação de flúor, distribuição de *kits* de higiene dental e escovação orientada; distribuição de material informativo e projeção de vídeos;
- **Responsabilidade social:** emissão de documentos fundamentais (certidão de nascimento, carteira de identidade, carteira de trabalho, Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), título de eleitor, carteira do idoso); regularização da situação militar; seguro desemprego; endereçamento postal; assistência jurídica; casamento comunitário; tutela, divórcio, separação judicial; direitos da criança e do adolescente; aposentadoria; orientação da defesa do consumidor; audiências de conciliação, instrução e julgamento; orientação sobre o combate ao desperdício de água e energia elétrica; orientação sobre prevenção de acidentes no trânsito, prevenção de acidentes domésticos; palestras educativas sobre o meio ambiente;
- **Educação:** ações de sensibilização para adultos retornarem à sala de aula; divulgação da educação infantil, ensino fundamental, educação do trabalhador; jogos educativos; salas de leitura; oficinas pedagógicas; oficinas de teatro; distribuição de materiais informativos;

- **Lazer:** torneios; sessões de ginástica; jogos; oficinas; *shows*; orientações sobre a importância da prática de esportes na melhoria da qualidade de vida.

No estado da Paraíba, a Ação Global tem a duração de uma semana, diferentemente do resto do país que dura apenas um dia. A última versão do programa foi realizada na cidade de Queimadas-PB e, segundo a coordenação, superou todas as metas estabelecidas.

QUADRO 4: Dados da Ação Global em Queimadas.

Metas	Ação Global de Queimadas
50000 atendimentos	56840 atendimentos
17000 pessoas	18826 pessoas
1000 voluntários	1000 voluntários
70 parceiros	85 parceiros

Fonte: dados da pesquisa, 2010.

Na Paraíba, as áreas mais procuradas ainda segundo a coordenação Maria da Conceição são as de saúde, devido à precariedade da mesma, e a de cidadania (emissão de documentos).

Um dos frutos apontados pela implantação da Ação Global foi a Casa da Cidadania, segundo a entrevistada, os idealizadores do projeto basearam-se no exemplo da ação global onde os serviços de cidadania poderiam ser realizados em um mesmo lugar.

Em vista da transformação atual do cenário empresarial, em face dos avanços tecnológicos, da rapidez das informações, entre outros, uma mudança não menos radical se dá também na forma de gestão, quando o assunto é responsabilidade social. As empresas estão se desvinculando gradativamente do pensamento clássico que diz que as empresas têm por único propósito social o lucro de seus acionistas. Em virtude deste pensamento moderno dos gestores, este estudo foi dirigido a uma análise dos motivos destas ações.

Ao analisar a empresa estudada – o SESI –, observamos uma tendência de RSE contemporânea, onde as ações são voltadas em benefício da sociedade, e o “lucro” (a possível filiação das indústrias), não seria fator limitante para a realização da Ação Global.

Pelo que nos foi apresentado, existe uma relação ética e duradoura com seus *stakeholders*, por estabelecerem uma parceria durante a realização do evento e a mesma demonstrar fidelização “de maneira a criar um relacionamento de longo prazo estabelecido sobre bases sólidas o suficiente para resistir à pressão do tempo e do mercado” (ROCHA; VELOSO, 1999, p. 48).

Um dos critérios utilizados para escolha do município onde a Ação Global será implantada é o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), um dado utilizado pela Organização das Nações Unidas (ONU) para analisar a qualidade de vida da região estudada, para tanto se utiliza dados como a renda, o grau de escolaridade e o nível de saúde. Acreditamos que este critério não seja muito relevante, por se tratar meramente de dados quantitativos e não analisar as potencialidades da cidade em questão. Outro critério utilizado para esta escolha é ser uma cidade que possua indústria, o que implica dizer, que a oportunidade de influenciar cidades que as não possuem a começarem a idealizar um projeto de produção, está sendo perdida.

4.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.2.1 Principais Ações de RSE Realizadas pela Empresa

A empresa estudada é um órgão de RSE e realiza ações de âmbito social em várias esferas como saúde, educação, lazer, mas com relação às ações de RSE, a entrevistada citou como principais ações:

- **Ação Global:** consiste em um mutirão de serviços integrados que tem como foco a promoção e o fortalecimento da cidadania, diferentemente do resto do país esta ação é realizado em uma semana na Paraíba;
- **Cozinha SESI Brasil:** unidades móveis percorrem as cidades para levar cursos de educação e segurança alimentar para a população e cursos de capacitação para multiplicadores sociais. Na Paraíba, os cursos do projeto Cozinha Brasil encontram-se em pleno andamento e estão sendo ministrados para os parceiros, Banco do Brasil, Governo do Estado, Prefeituras Municipais e Correios;

- **Esporte Cidadania:** realizada anualmente em todo o Brasil, o Esporte e Cidadania é uma iniciativa conjunta com a Rede Globo para promover ações educativas e preventivas de saúde e o incentivo à prática esportiva para a população. Nesse dia, o SESI abre as portas de suas instalações em todo o país e oferece uma série de serviços gratuitos, em parceria com empresas;
- **Atleta do Futuro:** através do Projeto Atleta do Futuro, o SESI tem buscado promover a inclusão social de crianças e adolescentes com idade entre 07 e 14 anos, filhos de trabalhadores da indústria e moradores de comunidades localizadas próximas a instalações industriais, com ações esportivas, lazer e cultura, além da inclusão o Projeto também forma atletas. Na Paraíba, as ações do projeto começaram no mês de março e contam com a parceria de 24 empresas, das cidades de João Pessoa, Bayeux, Rio Tinto, Campina Grande, Patos e Sousa. No total são atendidas 1910 crianças no Estado, que participam de modalidades esportivas como judô, voleibol, *handebol*, futebol de campo, xadrez e natação entre outras atividades.

As duas entrevistadas ressaltaram a Ação Global como ação de maior desenvoltura em termos de reconhecimento externo e de retorno para a empresa dentre as demais ações, é uma ação que já existe há quinze anos e possui parceiros importantes como a rede globo de televisão.

4.2.2 Público Beneficiado pelas Ações

Segundo a consultora de Responsabilidade Social, Juciara,

[...] primeiro é feito uma pesquisa dentro do município, o SESI entra no município pra fazer uma análise dentro da situação do município uma análise social e econômica, e são feitas pesquisas de campo e pesquisas nos órgãos, por exemplo: é pesquisado de casa em casa, algumas casas são selecionadas por amostra e também são feitas pesquisas com as lideranças da comunidade e as lideranças do município.

Nada é aleatório, segundo a coordenadora do programa “Ação Global”, a escolha da cidade é feita através da realização de uma pesquisa nas cidades que possuem indústrias para identificar o IDH mais baixo, então será a cidade escolhida

para realização da semana da ação global, durante a ação é feito um documento em forma de relatório com o intuito de melhorar o município, contendo informações sobre as maiores carências existentes na cidade, este relatório é entregue aos gestores de forma gratuita, visando o conhecimento por parte dos mesmos e uma atitude que as melhore. Durante o evento toda a população da cidade escolhida é beneficiada, basta que se dirijam ao local da realização, qualquer pessoa pode usufruir dos serviços disponíveis, como também utilizar vários serviços, que esteja precisando.

Embora haja uma pesquisa de natureza quantitativa, culminará em os municípios beneficiários da Ação Global, se repetindo, por haver uma quantidade limitada de municípios industrializados, pois de acordo com a coordenadora, a Paraíba tem em média 3000 indústrias, o que é um número relativamente pequeno. Para que esta redundância não ocorra seria necessária a inclusão de municípios menos favorecidos, mesmo que estes não possuam indústrias, motivando assim, seus gestores a criá-las cumprindo o propósito real da RSE de beneficiar a comunidade onde a empresa está inserida.

4.2.3 Ganho da Empresa Estudada

Ao entrevistar a consultora, ela identificou como “principais retornos o de imagem perante a sociedade, e a fidelidade das parcerias firmadas durante o evento”. Segundo ela, os parceiros contribuem dentro da sua área de conhecimento durante a ação e se disponibilizam a servir a Ação global sempre que necessário.

Durante a entrevista com a coordenadora da ação, ela reforçou os dois ganhos já citados e adicionou um terceiro ganho para empresa que é o de “estímulo às indústrias a aderirem ao evento” e conseqüentemente se filiar a FIEP.

Este último benefício trazido poderia ser potencializado ou ainda expandido se a Ação Global não tivesse um universo tão restrito. Como o SESI é um órgão de Responsabilidade Social, ele deveria melhorar comunidades que não tem subsídios adequados, conscientizando-os através da Ação Global a montarem indústrias locais.



CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizamos indicando que RSE já não é mais opcional; é uma exigência do mercado, dado o nível de consciência social dos consumidores, é vital para as empresas a adoção da RSE, agregando o conceito de prosperidade compartilhada que incorpora dentro da dinâmica do negócio de mudança e intervenção social.

Dentro das responsabilidades ordenadas na pirâmide de Carrol (econômico, legal, ético e discricionária), notamos que o SESI apresenta nas suas ações uma tendência de aproximação à responsabilidade ética, em que a promoção da boa prática social ocorre através das prestações de serviços de utilidade pública.

A exemplo disso, a Ação Global, que é a principal iniciativa do SESI, tem beneficiado as comunidades oferecendo serviços voltados à saúde, educação, lazer e responsabilidade social, melhorando a qualidade de vida dos mesmos.

A seleção do município a ser contemplado pela Ação Global é feita pelo SESI, onde será escolhido dentro das cidades que possuem indústrias a que apresentar o IDH mais baixo.

Dentro das abordagens de RSE encontramos duas visões opostas, a clássica, defendida veementemente pelo economista Milton Friedman, em que a contribuição social à comunidade seria a maximização dos lucros e a contemporânea ou socioeconômica, onde o lucro não é um fator limitante, levando em conta os interesses de todas as pessoas afetadas pela empresa.

Concluimos, então, que o SESI está inserido na abordagem contemporânea de RSE, pois apesar de buscar angariar a filiação de uma nova indústria, isto não é fator determinante para a realização do evento. Esta possível adesão passa a ser uma consequência de um planejamento estratégico, resultando numa parceria bem sucedida.

SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES

Analisando o *ranking* de IDH, as diferenças socioeconômicas no país ficam evidentes. O Nordeste possui as piores posições, encontrando-se a Paraíba na 24ª posição. Nesse sentido, se torna necessária a realização de políticas públicas para minimizar as diferenças sociais existentes na nação brasileira. O SESI é um órgão

importante por ser promotor de ações voltadas a todos os aspectos sociais, podendo melhorar a situação do Estado.

A contribuição deste estudo é sugerir ao SESI uma avaliação mais precisa dos seus parâmetros. Para tanto, faz-se necessário que este utilize outra variável além do IDH na escolha do município a ser beneficiado pela Ação Global. Por se tratar de um órgão de RSE, é necessário que haja um interesse em melhorar não apenas as cidades com indústrias, pois a Paraíba é um estado carente, mas também as cidades em que a distribuição de renda se resume ao Fundo de Participação dos Municípios (FPM), estas poderiam ser o foco da Ação Global, em que cidadãos seriam beneficiados pela atuação desta instituição, gerando assim ganho simultâneo, podendo até resultar em incentivo a estes municípios a realizarem projetos, visando à criação de indústrias locais o que culminaria em emprego, renda e possível adesão desta indústria à FIEP.



REFERÊNCIAS

BALANÇO SOCIAL ANUAL DA MPE. 2008. Disponível em:
<http://www.balancosocial.org.br/media/BS_MPE2008.pdf>. Acesso em: 21 de novembro de 2010.

CERTO, Samuel C. et. al. **Administração estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**: para uso dos estudantes universitários. 3.ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

GRÜNINGER, B.; OLIVEIRA, F. I. **Normas de certificações**: padrões para responsabilidade social de empresas. 2002. Disponível em:
<http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/texto_Beat_Gruninger.pdf >. Acesso em: 03 de novembro de 2010.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Práticas e perspectivas da responsabilidade social empresarial no Brasil 2008**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/texto_Beat_Gruninger.pdf>. Acesso em: 04 de setembro de 2010.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRODER, Débora de Souza. 2002. **Vale investir em responsabilidade social empresarial?** Stakeholders, ganhos e perdas. Disponível em:
<http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/lista_fina.html>. Acesso em: 04 de setembro de 2010.

MENDONÇA, Ricardo Rodrigues Silveira. 2001. **As dimensões da responsabilidade social**: uma proposta de instrumento para avaliação. Disponível em:
<http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/lista_fina.html>. Acesso em: 04 de setembro de 2010.

O QUE É SESI? **História do SESI**. Disponível em:
<<http://www.sesi.org.br/portal/main.jsp?lumChannelId=8A81818B146A9BCF01146AC23EDD2B39>>. Acesso em: 04 de novembro de 2010.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura**: teoria e prática em um estudo internacional comparado. 1. ed. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006.

ROCHA, T.; VELOSO, A. **A hora da recompensa**: como obter sucesso através dos programas de fidelização. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 1999.

RODRIGO, Jonas. **Estudo de caso**. Fundamentação Teórica. Título da obra: TRT 18. Região – Tribunal Regional do Trabalho /Analista Judiciário – Área Administrativa. Disponível em: <<http://www.vestcon.com.br/ft/3116.pdf>>. Acesso em: 21 de novembro de 2010.

SUCUPIRA, João et al. **Responsabilidade social**. Brasília: SESI/DN, 2010.
TENÓRIO, Fernando Guilherme (Org.). *Responsabilidade social empresarial: teoria e pratica*. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K. **Tipos de pesquisa considerando os procedimentos utilizados**. 1996. Disponível em: <<http://www.ergonomia.ufpr.br/Tipos%20de%20Pesquisa.pdf>>. Acesso em: 30 de novembro de 2010.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ANEXOS

Anexo A – Modelo de DVA

Demonstração do Valor Adicionado Cia. Produtiva		
Em R\$ mil	20X1	20X2
DESCRIÇÃO		
1-RECEITAS		
1.1) Vendas de mercadoria, produtos e serviços		
1.2) Provisão p/devedores duvidosos – Reversão/(Constituição)		
1.3) Não operacionais		
2-INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui ICMS e IPI)		
2.1) Matérias-Primas consumidas		
2.2) Custos das mercadorias e serviços vendidos		
2.3) Materiais, energia, serviços de terceiros e outros		
2.4) Perda/Recuperação de valores ativos		
3 – VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)		
4 – RETENÇÕES		
4.1) Depreciação, amortização e exaustão		
5 –VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)		
6 – VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1) Resultado de equivalência patrimonial		
6.2) Receitas financeiras		
7 – VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)		
8 – DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
8.1) Pessoal e encargos		
8.2) Impostos, taxas e contribuições		
8.3) Juros e aluguéis		
8.4) Juros s/ capital próprio e dividendos		
8.5) Lucros retidos / prejuízo do exercício		
* O total do item 8 deve ser exatamente igual ao item 7.		

Anexo B – Modelo de Balanço Social

Balanço Social Anual da MPE / 2008

1. Identificação						
Nome da empresa						
Atividade econômica <input type="checkbox"/> Comércio <input type="checkbox"/> Indústria <input type="checkbox"/> Serviço <input type="checkbox"/> Agronegócio Opção ao Simples? <input type="checkbox"/> não <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> Municipal <input type="checkbox"/> Estadual <input type="checkbox"/> Federal						
2. Indicadores econômicos		2008		2007		
	Valores em R\$	% sobre o FB	Valores em R\$	% sobre o FB		
Faturamento bruto (FB)						
Impostos e contribuições						
Folha de pagamento e encargos sociais						
3. Indicadores sociais internos		2008		2007		
(Investimentos sociais para funcionários(as) - ver instruções)						
	Valores em R\$	% sobre o FB	Valores em R\$	% sobre o FB		
Alojamento						
Saúde						
Segurança no trabalho						
Educação/a alfabetização, ensino fundamental, médio ou superior						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creche ou auxílio creche						
Outros						
Total dos investimentos sociais internos						
4. Indicadores sociais externos		2008		2007		
(Investimentos na comunidade - ver instruções)						
	Valores em R\$	% sobre o FB	Valores em R\$	% sobre o FB		
Gastos com filantropia/doações (financeiras, produtos e/ou serviços)/ajudas humanitárias	Nº pessoas beneficiadas		Nº pessoas beneficiadas			
	Nº entidades beneficiadas		Nº entidades beneficiadas			
Investimentos e incentivos ao voluntariado	Nº pessoas beneficiadas		Nº pessoas beneficiadas			
	Nº entidades beneficiadas		Nº entidades beneficiadas			
Investimentos em cultura/projetos culturais e/ou artísticos	Nº pessoas beneficiadas		Nº pessoas beneficiadas			
	Nº entidades beneficiadas		Nº entidades beneficiadas			
Investimentos em educação/a alfabetização	Nº pessoas beneficiadas		Nº pessoas beneficiadas			
	Nº entidades beneficiadas		Nº entidades beneficiadas			
Outros	Nº pessoas beneficiadas		Nº pessoas beneficiadas			
	Nº entidades beneficiadas		Nº entidades beneficiadas			
Total dos investimentos sociais externos (R\$ e % sobre RB)						
5. Indicadores do corpo funcional						
	2008			2007		
	Empresário(a) /Sócios(as)	Empregados(as)	Nº Total	Empresário(a) /Sócios(as)	Empregados(as)	Nº Total
Nº de pessoas que trabalham na empresa (em 31/12)						
Nº de admissões e novos(as) sócios(as) no período						
Nº de demissões e saídas no período						
Nº de pessoas beneficiadas com o primeiro emprego						
Nº de estagiários(as) durante o período						
Nº de pessoas com grau de parentesco com os(as) sócios(as)						
Nº de pessoas não alfabetizadas						
Nº de pessoas acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais						
Nº de pessoas da MPE realizando trabalho voluntário na comunidade						

Realização



Apoio



6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2008	metas 2009
Reação entre a maior e a menor remuneração na empresa		
Número total de acidentes de trabalho		
A empresa costuma ouvir os(as) funcionários(as) para solução de problemas e/ou na hora de buscar soluções?	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, sem data definida <input type="checkbox"/> Sim, periodicamente com data definida	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, sem data definida <input type="checkbox"/> Sim, periodicamente com data definida
Existem medidas concretas em reação à segurança, à saúde e para garantir um bom ambiente de trabalho na empresa?	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, fornecendo equipamentos <input type="checkbox"/> Sim, realizando campanhas, capacitações e fornecendo equipamentos	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, fornecendo equipamentos <input type="checkbox"/> Sim, realizando campanhas, capacitações e fornecendo equipamentos
A empresa estimula a educação básica, ensino médio e superior (supletivo ou regular) dos(as) funcionários(as)?	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, para os(as) sócios(as) <input type="checkbox"/> Sim, para todos(as)	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, para os(as) sócios(as) <input type="checkbox"/> Sim, para todos(as)
A empresa adota como prática se educar/contratar pessoas nas comunidades próximas?	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, parte do corpo funcional <input type="checkbox"/> Sim, todos(as) os(as) funcionários(as)	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, parte do corpo funcional <input type="checkbox"/> Sim, todos(as) os(as) funcionários(as)
A empresa adota uma política regular de participação nos lucros ou resultados?	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, para algumas pessoas <input type="checkbox"/> Sim, para todos(as)	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, para algumas pessoas <input type="checkbox"/> Sim, para todos(as)

7. Outras Informações

Instruções para o preenchimento

REALIZAÇÃO - Este Balanço Social (BS) deve apresentar os projetos, ações sociais e ambientais (internas e externas) **efetivamente** realizadas pela Micro e Pequena Empresa (MPE). **Sugestão:** este BS deve ser o resultado de amplo **processo participativo** que envolva a comunidade interna e externa.

2. INDICADORES ECONÔMICOS - Faturamento Bruto (FB) Total das vendas, receitas do ano - faturamento bruto anual, conforme o valor oficial declarado | **Impostos e Contribuições** Total em R\$ e o percentual sobre o Faturamento Bruto das taxas, impostos, tributos e contribuições obrigatórias pagas pela empresa durante o período | **Folha de pagamento e encargos sociais** Valor em R\$ e o percentual sobre o Faturamento Bruto dos gastos totais com a folha de pagamento (+ férias + 13º salário etc) mais os gastos com encargos sociais compulsórios: INSS (patronal + empregado) e com o FGTS.

3. INDICADORES SOCIAIS INTERNOS [investimentos nos(as) funcionários(as)] - Neste campo devem constar as ações, benefícios e investimentos que a MPE realiza para seus(as) funcionários(as). Os itens aparecem como sugestão. Outras sugestões são: saúde e segurança no trabalho, investimentos em cultura, projetos ambientais/meio ambiente interno e participação nos lucros ou resultados. Contudo, o importante é que os benefícios e ações sejam pensados, discutidos e escolhidos a partir de um processo participativo envolvendo todos(as) funcionário(as) e empreendedores(as) | **Alimentação** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta de gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação de empregados(as) | **Saúde** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta dos gastos com plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com a saúde de funcionários(as), inclusive dos aposentados(as) e dependentes | **Educação** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta dos gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal) e outros gastos com educação de trabalhadores(as) e empreendedores(as) | **Cultura** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta de gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras) | **Capacitação e desenvolvimento profissional** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta dos recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluída a remuneração) e gastos voltados especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida pelos empregados(as) e empreendedores(as) | **Creches ou auxílio-creche** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta dos gastos em creche no local de trabalho ou auxílio-creche aos empregados(as) | **Outros benefícios** Valor e percentual sobre o total da Receita Bruta dos gastos em seguros (parcela paga pela empresa), empréstimo (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios voluntários oferecidos aos(as) empregados(as) podem ser aqui enumerados.

4. INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS (investimentos na comunidade) - Neste campo devem constar as ações, projetos e investimentos que a MPE realiza para a comunidade e a sociedade em geral (ações externas). Os itens aparecem como sugestões. Outras sugestões são: investimentos em meio ambiente e ecologia, em projetos esportivos, em lazer para a comunidade, doação de produtos e/ou serviços, apoio e participação em ONGs, participação e apoio aos conselhos municipais. Contudo, o importante é que os investimentos e as ações sejam pensados, discutidos e escolhidos a partir de um processo participativo envolvendo as comunidades beneficiadas, funcionários(as) e o(a) empreendedor(a). Descrições, qualificações e informações adicionais devem aparecer no item (7), Outras Informações. | **Incentivos ao voluntariado** Este item refere-se ao custo total para a empresa liberar o(a) funcionário(a) para participar de ações voluntárias durante o expediente e programa de incentivo ao voluntariado. Colocar também o número de pessoas e organização beneficiadas | **Total das contribuições para a sociedade** Valor total e o percentual do total dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados sobre a Receita Bruta. Os itens na tabela aparecem como indicação de alguns setores onde a empresa deve investir, porém podem aparecer aqui somente os investimentos e contribuições que a MPE realiza regularmente (ação focalizada em educação, por exemplo).

5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL - N° de negros(as) que trabalham na empresa Considerar como pessoas negras o somatório de indivíduos autodeclarados/autoclassificados com cor de pele "preta" e "parda" (conforme a MPE declarou na RAIS). Este e outros itens do corpo funcional referem-se à diversidade no ambiente de trabalho. Desta forma, se for o caso, considerar também a realidade local para os povos indígenas.

6. INFORMAÇÕES RELEVANTES - Relação entre a maior e a menor remuneração Resultado da divisão da maior remuneração pela menor.

7. OUTRAS INFORMAÇÕES - Este espaço está disponível para que a MPE agregue outras informações importantes quanto ao exercício da cidadania corporativa. Cabe lembrar que pequenas ações podem ter grandes impactos, o que torna importante descrever as atividades e os impactos sociais das ações realizadas e fornecer outras informações qualitativas.

APÊNDICES

Apêndice A – Guia de entrevista semi-estruturada

Nome

Função exercida

Atribuição da função

Tempo na função

Por que a empresa realiza estas ações?

Quais as principais práticas de Responsabilidade Social realizadas pela empresa?

Dentro das praticas a mais importante, por quê?

Quanto tempo ela existe?

Com que frequência ela é refeita? E a duração?

Os indicadores (parâmetros de escolha do município)

O que esta ação representa em termos de retorno para a empresa?

Existem parceiros? Quem são?

Qual o papel dos parceiros nesta ação?