

Responsabilidade Social: A atenção por parte dos gestores de empresa quanto ao incentivo e atitudes de seus colaboradores

TAISE SEBEN

FABE - Faculdades da Associação Brasileira de Educação
taiseleben@yahoo.com.br

DÉBORA SEBEN

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
debyseben@hotmail.com

HENRIQUE BERTOSSO

FABE - Faculdades da Associação Brasileira de Educação
bertossodois@hotmail.com

ÁREA TEMÁTICA GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

RESPONSABILIDADE SOCIAL: A atenção por parte dos gestores de empresa quanto ao incentivo e atitudes de seus colaboradores

RESUMO

A problemática ambiental e social é um tema que ganha destaque considerável no cotidiano da sociedade. Diante da relevância do tema, faz-se necessário verificar a importância dada pelas empresas ao assunto. Quanto a esse fato, faz-se importante verificar a atenção dispensada, por parte dos gestores de três organizações do ramo metalmeccânico da cidade de Marau-RS, ao incentivo de práticas desenvolvidas por seus colaboradores sobre o assunto. Assim, optou-se pela escolha de três empresas por ser possível uma comparação entre as atividades desenvolvidas pelas organizações, além disso, a escolha do ramo a ser realizada a pesquisa deve-se ao fato de as empresas escolhidas impactarem significativamente no desenvolvimento da cidade. Dessa forma, com a realização da pesquisa foi possível observar que, apesar da importância do tema responsabilidade social, nas três organizações entrevistadas, são poucas as ações diárias desenvolvidas com o intuito de melhorar a qualidade de vida da população, além disso, há ausência de programas de incentivos quanto à realização, por parte dos colaboradores, de práticas de responsabilidade social. Com isso, é importante verificar que, nos dias atuais, o assunto responsabilidade social, apesar da sua importância, ainda tem tido pouca relevância nas atividades fabris das organizações.

ABSTRACT

The environmental and social problems are an issue that gained considerable prominence in everyday society. Given the importance of the issue, it is necessary to verify the importance given by companies to the subject. Regarding this fact, it is important to check your attention on the part of managers of three organizations of metal-mechanical branch in the city of Marau-RS, the incentive practices developed by its employees on the subject. So we opted for the choice of three companies to be possible to compare the activities developed by the organizations, moreover, the choice of the branch to be held research is due to the fact that the companies chosen to impact significantly on the development of the city. Thus, with the research we observed that, despite the importance of social responsibility theme, the three organizations interviewed, few daily actions undertaken in order to improve the population's quality of life, moreover, there is no incentive programs regarding the realization on the part of employees, social responsibility practices. Thus, it is important to note that, today, it social responsibility, despite its importance, yet has had little relevance in manufacturing activities of organizations.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Gestores. Atenção.

1 INTRODUÇÃO

A problemática ambiental e social é um tema que ganha destaque considerável no cotidiano da sociedade. Diante da relevância do tema, faz-se necessário verificar a importância disponibilizada pelas empresas ao assunto. Diversos autores, como Fonseca et al. (2014), Freguete et al. (2015), Ortiz e Bandeira (2015), Becker-Olsen et al. (2006), Nidumolu et al. (2009), Aguinis e Glavas (2012) já buscaram estudar os efeitos da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) no cotidiano da sociedade.

A RSC auxilia na administração das empresas. Os estudos citados revelam que a RSC está ligada basicamente com a responsabilidade da organização junto com a sociedade, e não diz respeito apenas na obtenção de lucros (FONSECA et al., 2014). Ainda, a RSC tem estreita relação com a sustentabilidade da organização, além de adquirir percepções positivas e reconhecimento dos seus clientes (FONSECA et al., 2014; FREGUETE et al., 2015).

Neste sentido surge o conceito de *stakeholder*. Os *stakeholders* são todas as pessoas que possuem algum tipo de relação de interdependência, direta ou indireta, com a empresa, e que podem interagir interna ou externamente. Estas pessoas podem ser os colaboradores, clientes, acionistas, fornecedores, comunidade em geral, governo entre outros (ALBUQUERQUE, 2009; FONSECA et al., 2014).

Assim, devido à atualidade e necessidade em que as empresas sentem em abordar o assunto no decorrer do seu processo produtivo, a RSC vem colaborar no desenvolvimento de ações que beneficiem a comunidade de maneira geral. Com isso, surge a necessidade de questionar: qual é a importância dada ao tema, por parte dos gestores de empresas de mesmo setor, em relação ao incentivo de práticas de RSC diante dos seus colaboradores?

É importante verificar, então, se existe o esforço, por parte dos líderes de empresa, em incentivar ações de RSC em seus colaboradores. Além disso, faz-se necessário conhecer se os líderes das empresas buscam incentivar seus colaboradores a realização de ações de responsabilidade social fora da organização. Da mesma forma, cabe realizar um comparativo entre a percepção dos gestores das empresas analisadas e verificar qual delas busca incentivar a prática de responsabilidade social, perante os seus funcionários.

Como justificativa a elaboração deste estudo, cita-se a relevância da RSC no contexto contemporâneo, o surgimento e ampliação de certificações e normas relacionadas ao assunto, e o fomento ao debate acerca do tema. O ambiente organizacional atual é amplamente afetado pelo surgimento de consumidores conscientes e preocupados com a sustentabilidade e responsabilidade social. Portanto, estudar a RSC e sua aplicação empírica é fundamental para a longevidade de qualquer organização.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

As primeiras teorias relacionadas com a Responsabilidade Social tiveram início por volta de 1950. Bowen (1957) considera que as ações e negócios empresariais afetavam a sociedade, assim, defendeu a ideia de que as organizações devem compreender o impacto que as suas ações podem causar na sociedade. Ainda, o mesmo autor sugeriu que o desempenho social e ético das empresas deve ser visto e avaliado através de auditorias que devem ser incorporadas na gestão empresarial.

Um exemplo disso pode ser citado no caso da Nike. A empresa, que em 1995 contratou um fornecedor do Paquistão para realizar a fabricação de bolas de futebol, sofreu um boicote que ocasionou uma queda de 50% das suas ações. Esse fato ocorreu devido à empresa terceirizada ser acusada de utilizar mão-de-obra adolescente em um regime de trabalho escravo para a confecção dos produtos da Nike (VILELA JR.; DEMAJOROVIC, 2006).

Neste sentido, a RSC é apresentada “em ações voluntárias que implicam um comprometimento maior que a simples adesão formal em virtude de obrigações advindas da legislação” (DIAS, 2011, p.173). Com isso, percebe-se que a responsabilidade social vai além de cumprir obrigações legais. A responsabilidade social busca principalmente o bem estar e uma melhor qualidade de vida para a sociedade.

Referente a este assunto Karkotli (2007, p. 45) afirma que a responsabilidade social representa “[...] uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas”. Isso é possível devido a uma maior conscientização por parte dos consumidores que buscam adquirir produtos que não tragam prejuízos, nem para o meio ambiente ou para a sociedade, valorizando assim empresas que adotam práticas socialmente responsáveis no decorrer das suas atividades.

Da mesma maneira Ashley (2002 apud Karkotli, 2007, p. 41) afirma que os gestores estão adotando medidas estratégicas que buscam, além do lucro, mostrar à sociedade a preocupação que a organização tem em produzir bens e serviços que busquem a proteção do meio ambiente, uma melhor qualidade de vida para a sociedade, além de compromissos éticos que a mesma tem com seus clientes, colaboradores, fornecedores e governo.

Paralelo a isso, Carroll (1979) define que a RSC está relacionada com o desempenho das organizações em categorias de responsabilidade. As categorias citadas por Carroll estão relacionadas com a responsabilidade econômica (sendo esta a principal função da existência das empresas com fins lucrativos), legal (faz-se necessário o enquadramento nos códigos e normas instituídos), ética (diz respeito a códigos que não estão necessariamente descritos na lei) e discricionária (quando envolve ações de cunho voluntário), conforme Figura 1.

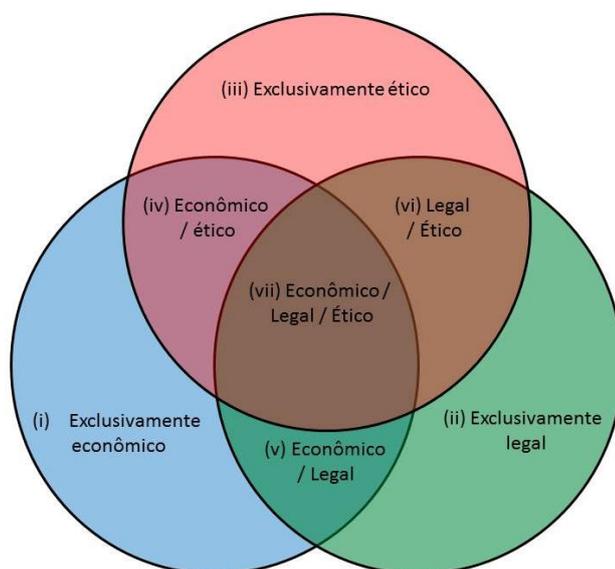


Figura 1: Modelo dos três domínios da Responsabilidade Social Empresarial
Fonte: Schwartz e Carroll (2003, p. 509 apud Barbieri e Cajazeira, 2009, p. 57).

Assim, no campo econômico são abordadas as atividades que produzem algum impacto econômico, são aquelas que maximizam os lucros ou aumentam o valor das ações da empresa. Já, o campo do domínio legal por sua vez abrange as ações da empresa quanto às normas e princípios legais. Por fim, o campo da responsabilidade ética envolvem as respostas dadas pela empresa diante das expectativas da sociedade e dos *stakeholders* ligados à organização (SCHWARTZ; CARROLL, 2003, p. 509 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p. 57).

Os autores sugerem uma sobreposição dos domínios envolvendo a responsabilidade. Assim, passam a existir sete categorias de responsabilidade social empresarial. O modelo ideal refere-se aquele encontrado no centro da figura e que engloba os três grandes grupos de domínios que são o econômico, o legal e o ético. Diante disso, a organização que se encontra em algum outro segmento estará deficiente em algum dos três domínios principais, devendo assim realizar alguma mudança para a adequação e um possível enquadramento no modelo ideal.

Relacionado a isso tem início, pela empresa, a busca por atitudes sociais, que objetivam ao mínimo do ‘bem estar’ para que as pessoas envolvidas possam usufruir, “procurando então a busca de retornos, como o desenvolvimento da sociedade, retornando assim, como forma de satisfação, por meio de valor monetário” (KOCHHANN; MOISEICHYK, 2013, p. 5-6).

A RSC refere-se a uma consciência maior diante das questões ambientais, culturais e de higiene. Isso, pois a mesma permite uma diferenciação dos produtos da empresa, diante dos seus concorrentes. Conforme ocorre o envolvimento das organizações, tal conceito muda e se adequa de acordo com as necessidades de cada empresa (SILVA et al., 2013).

Neste sentido, a RSC “[...] é definida pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (*stakeholders*) no curto e no longo prazo” (INSTITUTO ETHOS, 2007, p. 5). Com isso, este relacionamento da empresa com os seus públicos dizem respeito tanto nas esferas civil, social, ou ambiental. Por sua vez, FREGUETE et al (2015) considera que os diferentes grupos que possuem interesse nas atividades da empresa – *stakeholders* – exercem pressão sobre a organização a fim de que suas necessidades sejam atendidas. Com isso, surge a necessidade no administrador em adotar medidas estratégicas que buscam satisfazer todos os envolvidos nas ações desempenhadas pela organização.

Paralelo a isso, é importante destacar que as organizações buscam constantemente oportunidades para melhorar. A inovação ocorre tanto em relação aos seus processos como com seus produtos. Este progresso ocorre com o intuito de melhorar a sua visão diante do seu concorrente, além de avançar no desenvolvimento empresarial (KOCHHANN; MOISEICHYK, 2013). Com o Quadro 1 apresentado por Dahlsrud (2006), é perceptível que atitudes simples possibilitam uma melhoria significativa no ambiente empresarial, auxiliam no planejamento estratégico, bem como na visão apresentada aos *stakeholders*.

Dimensões	A definição está codificada na dimensão	Exemplo de frases
Dimensão ambiental	Meio-ambiente	- Um ambiente mais limpo; - Hospedagem ambiental; - Preocupações ambientais inseridas no negócio.
Dimensão social	Relação entre as empresas e a sociedade	- Contribuir para uma sociedade melhor; - Preocupações ambientais inseridas no negócio; - Considerar o espectro do seu impacto nas comunidades.
Dimensão econômica	Aspectos socioeconômicos ou financeiros, incluindo a responsabilidade social	- Contribuir para o desenvolvimento econômico; - Preservar a geração de lucro; - Operações de negócio.
Dimensão dos <i>stakeholders</i>	<i>Stakeholders</i> ou grupos de <i>stakeholders</i>	- Integração com os seus <i>stakeholders</i> ; - Lidar com os <i>stakeholders</i> da empresa.
Dimensão do voluntariado	Ações não prescritas por lei	- Baseado em valores éticos; - Para além das obrigações legais; - Voluntariado.

Quadro 1: Dimensões sociais que abrangem a responsabilidade social.

Fonte: Dahlsrud, 2006, p.4, tradução nossa.

Diante disso, foram desenvolvidos os Indicadores Ethos. Os Indicadores Ethos representam uma nova ferramenta que visa auxiliar os gestores na obtenção dos resultados das estratégias sociais desempenhadas pelas empresas. Além disso, os Indicadores Ethos visam apoiar as organizações para a implantação da responsabilidade social empresarial e sustentabilidade.

A criação dos Indicadores Ethos foi necessária, devido à importância dos gestores em conhecerem se as suas ações estão efetivamente surtindo o efeito inicialmente desejado, além de verificar se seus esforços estão contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Assim, complementa Chaves e Ashley (2006, p. 26) que os Indicadores Ethos possuem a principal função de ser um instrumento de auto avaliação da empresa diante das suas práticas de responsabilidade social.

Para ser possível a realização de tal tarefa, os Indicadores Ethos dividem o conceito de responsabilidade social empresarial em sete diferentes tópicos a serem avaliados, são eles: a) valores, transparência e governança; b) público interno; c) meio ambiente; d) fornecedores; e) consumidores/clientes; f) comunidade; g) governo e sociedade. Dessa forma, a responsabilidade social empresarial abrange estes tópicos para ser possível a realização da avaliação de uma organização.

Ciente disto, este estudo precisa levar em conta a teoria sobre liderança, afinal, se delimita na atenção dos líderes quanto às ações de responsabilidade social. Nesta etapa da revisão de literatura se tem a teoria sobre liderança e tipos de líderes. O comportamento de liderança é dividido em estilos, de acordo com a classificação proposta por Likert (1961): a) autoritário coercivo: comunicação rara e inexistência de trabalho em grupo, b) autoritário benevolente: autoritário, mas não tão rígido quanto o anterior, c) consultivo: participativo, com discussão previa das tarefas, d) participativo: é democrático, todos auxiliam na tomada de decisão, há bom nível motivacional.

O líder de empresas, na atualidade, é responsável por intermediar o processo produtivo da empresa com as estratégias organizacionais. Assim, o gestor delega funções aos seus subordinados, com o intuito de obter quantidade e qualidade de trabalho necessário para a obtenção dos objetivos da organização (MELO et al., 2012). Ainda, conforme o mesmo autor, o líder é responsável “pela manutenção da cooperação e garantia da reprodução das relações sociais (assumindo aspectos importantes na regulação dos conflitos).” (MELO et al., 2012, p.3-4).

3. MÉTODO

A organização da pesquisa e descrição dos métodos e das técnicas utilizadas colabora de forma significativa para o sucesso do estudo. O método se trata da ordem dos processos empregados para se chegar a um objetivo ou resultado desejado, pois a sistematização dos processos dá segurança ao trabalho e economia na pesquisa, tornando-se fator decisivo para a consecução de certo fim (CERVO et al., 2007).

Esta pesquisa, de natureza qualitativa, apresenta-se como escopo exploratório. A pesquisa qualitativa é a “metodologia de pesquisa não estruturada e exploratória baseada em pequenas amostras que proporciona percepções e compreensão do contexto do problema” (MALHOTRA, 2012, p. 111). Este método difere da pesquisa quantitativa pela forma de coleta e tratamento de dados, e principalmente por não utilizar instrumentos estatísticos; desta forma, a pesquisa qualitativa proporciona uma compreensão do contexto do problema, interpretando aspectos mais profundos e complexos do comportamento das pessoas (MARCONI; LAKATOS, 2011; MALHOTRA, 2012).

Já a pesquisa exploratória mostra-se como “o passo inicial no processo de pesquisa pela experiência e um auxílio que traz a formulação de hipóteses significativas para

posteriores pesquisas” (CERVO et al., 2007, p. 63). Este tipo de pesquisa possui objetivos definidos, ainda que não elabore hipóteses, muito menos as teste no trabalho. Os estudos exploratórios “têm objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas ideias” (CERVO et al., 2007, p. 63).

Para este estudo, optou-se por investigar líderes de empresas pertencentes ao ramo metalmeccânico. As empresas foram selecionadas por conveniência (HAIR et al., 2005) e se caracterizam como de pequeno e médio porte (SEBRAE, 2015). Quanto ao número de funcionários, a primeira empresa, a partir daqui referida como X possuía 158 funcionários; a Y, 67 funcionários; e a Z, 196 funcionários.

Neste estudo, a técnica de coleta de dados utilizada foi a entrevista. Muito além de uma simples conversa, a entrevista é uma conversa orientada para um objetivo proposto, ou seja, direcionada para a obtenção de informações importantes, além de compreender as experiências do entrevistado (CERVO et al., 2007; MARCONI; LAKATOS, 2011). O instrumento de coleta de dados utilizado seguiu um roteiro pré-definido, portanto, pode-se caracterizar como uma entrevista semiestruturada (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Para a elaboração do roteiro de entrevistas, utilizou-se as variáveis do modelo de Indicadores Ethos, elaborado e gerenciado pelo Instituto Ethos (ETHOS, 2014). As entrevistas foram realizadas em 2014, e os dados foram analisados pela técnica de análise de conteúdo (FLICK, 2009; BARDIN, 2011).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa teve por objetivo verificar qual é a atenção dos líderes de empresas, do ramo em estudo, quanto ao incentivo aos seus colaboradores, nas questões referentes a responsabilidade social. A entrevista foi aplicada a gestores de três empresas do ramo metalmeccânico da cidade de Marau-RS.

Quanto ao sexo dos líderes entrevistados, pode-se observar que dois líderes são do sexo masculino e um do sexo feminino. Ainda, referente à idade, as três pessoas pesquisadas encontram-se na faixa etária de 31 a 40 anos. Além disso, quanto ao tempo de atuação na empresa, os dois líderes do sexo masculino estão atuando de 10 a 20 anos na empresa estudada, e a pessoa do sexo feminino, por sua vez, atua a menos de 10 anos na empresa.

Após os gestores serem identificados, foram realizadas perguntas referentes ao tema abordado. A primeira pergunta diz respeito ao conhecimento do líder sobre o assunto RSC e quais são os fatores que um programa de RSC pode abordar. Assim, as respostas obtidas foram semelhantes, sendo que, para os gestores, RSC aborda todos os assuntos que estão relacionados com a sociedade e ao meio ambiente, além disso, é importante que a organização observe o impacto resultante ao ambiente durante o processo produtivo da empresa.

Vale ressaltar a resposta do líder da empresa Y, quando o mesmo informou que “Caso as atividades da empresa prejudiquem o meio ambiente, é necessária uma mudança de hábitos no processo produtivo”. Com isso, faz-se importante verificar que a empresa deve, assim que possível, procurar trazer benefícios e bem estar para a sociedade, caso contrário é imprescindível que ocorra uma mudança na produção, a fim de beneficiar a sociedade como um todo.

Já, o gestor da empresa Z acrescentou que quanto aos fatores que um programa de RSC abordam, é importante que o mesmo seja estruturado de acordo com o que se deseja, ou com as condições possíveis de serem alcançadas. Por sua vez, em termos de atuação de um programa de RSC, é importante dispensar uma maior atenção às ações locais, com início aos *stakeholders* internos, a fim de oferecer condições para o desenvolvimento da organização. Além disso, é importante que estes programas abordem assuntos como qualidade de vida,

desenvolvimento intelectual e emocional, em seguida, ampliando para o meio ambiente e aos *stakeholders* externos.

Diante do que foi exposto, procurou-se conhecer se os líderes praticam ações de responsabilidade social no seu dia-a-dia. Foi possível observar que, no decorrer do dia a dia, poucas são as ações de RSC tomadas por eles. O líder da empresa X afirmou que quando é possível e solicitado são realizadas algumas ações, mas com pouca frequência.

Vale destacar nesta pergunta que o líder da empresa Z respondeu fazer parte do comitê da empresa de investimento social, sendo designado a representar a área de meio ambiente, com isso, sempre que possível realiza alguma ação de RSC, mas também afirmou que realiza com pouca frequência.

Após, as questões seguintes abordam a atuação dos líderes dentro das organizações. Então, procurou-se conhecer se as exigências legais são atendidas de maneira satisfatória ao bem estar da população. Referente a esta questão, as respostas obtidas afirmam que de certa maneira as exigências legais são cumpridas, mas ainda há muito que fazer para melhorar o bem estar da população.

Ainda, o gestor da empresa Z afirmou que a legislação define pequenas ações, principalmente em relação às questões ambientais, que devem ser cumpridas para que a empresa não seja multada. Assim, é importante o cumprimento desse mínimo estabelecido, mas, faz-se necessário verificar também que a legislação acaba por limitar algumas atividades fabris, devido ao cumprimento de padrões estabelecidos legalmente. Contudo, é fundamental que haja, após o cumprimento da legislação, a criação de um programa que integre melhor essas ações a fim de que os resultados obtidos sejam mais eficazes para a população.

Em seguida buscou-se saber se houve alguma mudança nas atividades diárias da empresa para que fosse possível haver o estímulo que o assunto RSC necessita. As respostas a esta pergunta surpreenderam, visto que as empresas buscam, dia após dia, criar o hábito de disponibilizar a devida atenção que o tema RSC necessita, apesar de, ainda, destinarem pouca atenção às ações sociais.

Isso é perceptível visto que, na empresa X há a criação de grupos voluntários para as atividades relacionadas à RSC. Já, na empresa Y as ações são planejadas desde o início das atividades fabris, além de as mesmas estarem relacionadas à atividade principal da organização. Por outro lado, na empresa Z, há reuniões mensais a fim de decidir que ações podem ser assumidas e qual será a comunidade beneficiada naquele determinado mês.

Com as respostas obtidas a esta pergunta pode-se observar que as empresas, de alguma maneira, buscam melhorar a sua imagem diante da sociedade, além de melhorar a qualidade de vida da população e obter um convívio harmonioso com o meio ambiente.

Com os resultados obtidos quanto à questão anterior procurou-se saber então se existe alguma política adotada pela empresa quanto à prática de ações de RSC. As respostas obtidas afirmam que existem práticas que são adotadas pela empresa, principalmente o desenvolvimento do voluntariado do colaborador para que sejam exercidas essas ações, além de poder ser citadas ações como a melhoria na qualidade de vida, o voluntariado, doações, entre outras atividades que buscam ser incentivadas.

Vale destacar que a empresa Y afirmou que a atuação responsável está ligada ao plano estratégico da empresa. Dessa maneira, além do cuidado com a sociedade e com o meio ambiente estarem relacionados diretamente com o processo produtivo, a empresa busca incentivar, sempre que possível, o bem estar e um clima harmonioso entre os colaboradores e a sociedade e meio ambiente.

A pergunta a seguir refere-se à quais práticas são incentivadas pelo líder ao seu colaborador. As respostas obtidas a esta pergunta foram bem variadas. Desde ações cotidianas até ações que não estão presentes no dia a dia das pessoas. As ações diárias, no interior das organizações, mais citadas pelos gestores referem-se à reutilização de papel, esclarecimento

sobre a correta utilização do uso dos EPI's, a fim de melhorar a qualidade de vida do colaborador e separação do lixo, a fim de facilitar a coleta seletiva.

Quanto ao incentivo de ações diárias na sociedade, foram citadas, além da separação do lixo e coleta seletiva doméstica, a conscientização da utilização de sacolas plásticas e a reutilização de materiais recicláveis além de uma possível criação de outros objetos, a partir de materiais recicláveis.

Ainda, quanto ao incentivo às ações em longo prazo, foram citadas o trabalho voluntário, doações a entidades carentes. Essas doações podem ser caracterizadas como móveis, brinquedos e vestuário, campanhas de doações de sangue, além de ações voltadas à questão ambiental, como a conservação dos recursos naturais e reposição de florestas.

Após conhecer quais eram as práticas mais incentivadas pelos líderes das empresas estudadas, buscou-se saber com que frequência isso ocorria. A frequência com que os incentivos acontecem é variada, depende de empresa para empresa. A primeira empresa estudada aborda o assunto uma vez por mês, através de reuniões entre os líderes de setores. A empresa Y, por sua vez, afirma que as ações relacionadas à sociedade são abordadas em processo de *feedback*, entre os colaboradores e seus respectivos líderes. Já, como as ações voltadas ao meio ambiente fazem parte da política de atuação da empresa, o incentivo ocorre diariamente. Por outro lado, a empresa Z aborda o assunto a cada dois meses, com a realização de reuniões e posterior a prática de ações em comunidades carentes que são relacionadas pelo grupo durante as reuniões.

Por fim, procurou-se saber se existe, na empresa, alguma política de valorização ao colaborador, quanto ao cumprimento de práticas de ações de RSC. A obtenção das respostas a esta pergunta revelou que as empresas estudadas não têm o hábito de valorizar os colaboradores quando estes realizam ações de RSC. Apenas, o que ocorre na empresa Z é a liberação, durante o horário de serviço, para a realização das ações nas comunidades carentes.

O Quadro 2 apresenta os principais achados na entrevista:

Temas pesquisados	Achados
Conhecimento acerca do tema RSC	-Agir a fim de contribuir para um ambiente justo, igualitário e preservação dos recursos naturais; -Com base voluntária, as empresas buscam contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo; -Envolvimento de empresas e sociedade para melhorar o meio ambiente.
Fatores que um programa de RSC pode abranger	-Meio ambiente e local de trabalho; -Um programa de RSC deve ser elaborado de acordo com o nível que se tem condições de alcançar, em termos de atuação, sempre com foco em ações locais. Deve ter início com os <i>stakeholders</i> internos, proporcionando-lhes melhores condições; -Devem ser abordados fatores relacionados ao bem estar das pessoas envolvidas com a empresa. Fatores que melhorem as condições de trabalho, a seguir devem ser abordados outros fatores que tragam benefícios para a sociedade em geral.
Prática da Responsabilidade Social no dia a dia	- Não frequentemente, mas auxilio a comunidade quando solicitado; -Dentro do meu conceito de Responsabilidade Social procuro agir de maneira responsável; - Na medida do possível; Participo do comitê da empresa de investimento social, representando a área do meio ambiente.
Atendimento das exigências legais no Rio grande do Sul, em relação às ações de responsabilidade social	- Acredito que pode ser melhorado, há muitas alternativas para auxiliar quem precisa; -Nem sempre, muitas vezes as leis possibilitam lacunas, onde algumas empresas influentes na sociedade se beneficiam e prejudicam uma sociedade inteira; - A legislação auxilia, pois ela define um mínimo que se deve fazer para não ser multado. Mas ao mesmo tempo limita. Para evoluir, penso que

	precisamos criar mecanismos para que todos cumpram este mínimo estabelecido, para depois avançar para um programa que possa integrar toda a comunidade.
Houve alguma transformação nas atividades diárias da empresa que possibilitasse incentivar, visto a necessidade que a Responsabilidade Social necessita.	-Houve criação de grupos voluntários para desenvolver diversas atividades relacionadas à Responsabilidade Social; - Nenhuma transformação significativa. As ações desenvolvidas estão ligadas ao planejamento desde o início das atividades da empresa e estão relacionadas com a sua atividade principal; -Rotinas frequentes, com reuniões mensais a fim de decidir quais atividades desenvolver e em qual comunidade será auxiliado.
Política adotada pela empresa quanto a pratica de ações de Responsabilidade Social	-A empresa trabalha bastante com o voluntariado dos seus colaboradores para exercerem essas atividades; -A atuação responsável está entre os objetivos do plano estratégico da empresa, assim, existem ações estabelecidas dentro do plano estratégico que estão relacionadas com os <i>stakeholders</i> internos, externos e com o meio ambiente (Ações voltadas à melhoria da qualidade de vida, voluntariado, doações, entre outros); -Não são adotadas políticas em específico, mas são incentivados o uso racional de materiais, energia elétrica e água.
Quais práticas de Responsabilidade Social são incentivadas por você	-Ações mais voltadas à questão ambiental, como coleta seletiva em escolas, entre outras; -Trabalho voluntario, doações e ações no sentido de conduzir ao equilíbrio ambiental em relação ao desgaste provocado por atividades econômicas (reciclagem, conservação e reposição de florestas, entre outras); -Economia de recursos naturais, reutilização de papeis, conscientização quanto a utilização de sacolas plásticas.
Com que frequência ocorre o estímulo em praticar ações de Responsabilidade Social aos seus colaboradores	-Esses assuntos são discutidos em média uma vez por mês, o incentiva maior ocorre com a prática das ações sociais; - As ações relacionadas com a sociedade são tratados em processos de <i>feedback</i> e de forma reativa ações corporativas. Quanto as questões ambientais, faz parte da política da empresa atuar de maneira responsável, portanto, este incentivo é diário; -A cada dois meses são realizadas ações em comunidades carentes, escolhidas pelo grupo.
Ocorre alguma valorização por parte da empresa ao colaborador que praticar ações de Responsabilidade Social	- Não temos esta pratica; -Não. A empresa tem como politica executar a sua parte através de seus processos e não por meio de seus colaboradores. Entendemos que a ação individual é importante, mas não se caracteriza como ação social da empresa e sim pessoal de cada funcionário; - Há apenas a liberação durante o horário de trabalho.

Quadro 2: Achados da pesquisa
Fonte: Dados da pesquisa

É importante observar que, diante das respostas obtidas dos gestores de três empresas do ramo metalmeccânico poucas são as ações desenvolvidas em prol do assunto RSC. Em um comparativo realizado com as três empresas é possível observar pequenas ações, que são realizadas, com o intuito de trazer benefícios à sociedade. As atitudes que são tomadas a favor da sociedade são discutidas em reuniões, normalmente mensais, com os líderes das empresas estudadas, a fim de observar quais são as formas possíveis que as organizações podem adotar para envolver-se com o tema RSC.

No entanto, estas ações caracterizam-se como ações voluntárias que envolvem uma pequena parte da empresa, normalmente os líderes de setor. Assim, a organização não busca o envolvimento de todos os colaboradores da empresa no projeto.

Com isso, é visível que o tema RSC, apesar de ser discutido e estar presente na sociedade com maior frequência, ainda é pouco tratado dentro das empresas. Algumas ações são tomadas, a fim de melhorar a visão da sociedade com a empresa. No entanto, ainda há

muitas ações que podem ser tomadas para melhorar a qualidade de vida da sociedade. Além de ser importante também um reconhecimento com o colaborador que se empenha em realizar ações que buscam beneficiar a sociedade de um modo geral.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização deste estudo pode-se verificar que é perceptível o aumento da discussão que o tema responsabilidade social ganha nos dias atuais. Este significativo crescimento deve-se ao fato de que a sociedade, de um modo geral, busca constantemente o bem estar social e uma melhora da qualidade de vida das pessoas.

Este expressivo aumento em relação às discussões em torno da responsabilidade social atinge significativamente as organizações. Isso se deve ao fato de que as organizações sofrem constantes pressões, seja pelo governo, por organizações não governamentais ou pela própria sociedade, que buscam constantemente um maior envolvimento das empresas e pessoas a fim de colaborar para melhorar o bem estar social.

Diante disso, procurou-se saber se as organizações disponibilizam a devida atenção que o tema RSC necessita. Mais precisamente, a atenção que os líderes de empresas proporcionam às ações de RS. É importante destacar as respostas que foram obtidas quando os gestores foram questionados se os mesmos procuram realizar ações de RSC no seu dia a dia. Pode-se perceber através das respostas obtidas que existe, entre os gestores, a preocupação com as questões sociais e ambientais.

No entanto, vale frisar que são poucas as ações diárias adotadas por eles a favor das questões sociais. Por outro lado, a preocupação e a busca pela realização de ações sociais estendem-se nas organizações, que buscam, ainda lentamente, realizar ações de RSC. Ainda, quanto ao cumprimento das exigências legais, um dos gestores entrevistados informou que as leis auxiliam a fim de não realizar ações que possam prejudicar a sociedade, no entanto, o cumprimento legal limita algumas ações que podem ser tomadas pela empresa. A solução, segundo o gestor, é a criação de um programa que una as ações legais, além de uma rigorosa fiscalização, a fim de buscar resultados a curto, médio e longo prazo, e que sejam visíveis para a qualidade de vida da população.

Quanto à atenção que o tema RSC necessita, pode-se observar que em todas as empresas estudadas existem ações que são desenvolvidas junto com a comunidade ou com os colaboradores, com o intuito de unir organização, colaborador e sociedade. No entanto, um item que se faz necessário destacar é quanto ao incentivo dado pelas organizações aos seus colaboradores quando os mesmos realizam ações de RSC no seu dia a dia. Nenhuma empresa possui programas de incentivo ao colaborador que busca realizar essa prática. Diante do exposto, é importante que as empresas e os gestores observem esta questão, visto a seriedade que o tema aborda, além de que quando há o reconhecimento em realizar alguma atividade, a mesma ocorre com maior frequência e em maior intensidade.

Ainda, com o comparativo realizado entre as três empresas entrevistadas foi possível observar que as ações acerca da RSC são tomadas de forma isolada, sem o envolvimento de todos os colaboradores da empresa. Além disso, a falta de incentivo e de reconhecimento por atitudes tomadas pelos colaboradores também pôde ser observada com a realização da pesquisa. Referente a isso é imprescindível que as empresas observem a atenção dispensada às ações de RSC.

Assim, quanto à relevância e atualidade do tema, a sugestão de realização de estudos futuros está relacionada à questão ambiental. Dessa forma, é indispensável observar se existe, por parte das organizações, gestores e colaboradores das organizações, o incentivo e a prática de ações de RSC voltadas ao meio ambiente.

Assim, é possível observar ainda que, diante da relevância do assunto, são poucas as ações desenvolvidas, de modo geral, pelas três empresas pesquisadas, visto que, em primeiro momento são atendidas apenas as obrigações legais. Assim, com a constante preocupação e o envolvimento de todas as pessoas presentes nas organizações é possível a realização de ações, a favor de uma melhor qualidade de vida para a sociedade e ao meio ambiente, sem prejudicar os processos fabris das organizações.

REFERÊNCIAS

- AGUINIS, H.; GLAVAS, A. What We Know And Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. **Journal of Management**, v.38, n.4, p. 932-968, 2012.
- ALBUQUERQUE, J. L. (org.) **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Conceitos, ferramentas e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R.. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BOWEN, H. R. **Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.
- BECKER-OLSEN, K. L.; CUDMORE, B. A.; HILL, R. P. The Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior. **Science Direct**, p. 46-53, 2006.
- CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of management review**, 4, 1979.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DAHLSTRUD, A. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 2006.
- DIAS, R. **Gestão Ambiental: Responsabilidade social e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FLICK, U. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 3. ed. Porto alegre: Artmed, 2009.
- FONSECA, M. R.; ROCHA, T. V.; SPERS, E. E. A Influência da Responsabilidade Social Corporativa na Imagem de Marca: Um estudo em Empresas Brasileiras do setor de cosméticos. **Revista Brasileira de Marketing**, 34-46, v. 13, n. 6, 2014.
- FREGUETE, L.M.; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. Responsabilidade Social Corporativa e Desempenho Financeiro das Empresas Brasileiras na Crise de 2008. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, art. 4, p. 232-248, mar./abr. 2015.
- HAIR, J. F., Jr.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- INSTITUTO ETHOS. Disponível em <www.ethos.org.br>. Acesso em 10 out. 2014.
- INSTITUTO ETHOS. **Rede Ethos de Jornalistas: Empresas e Responsabilidade Social. Conceitos Básicos e indicadores de responsabilidade social empresarial**. 5. ed. São Paulo: Instituto Ethos, 2007. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/conceitos-basicos-e>>

indicadores-de-responsabilidade-social-empresarial-5a-edicao/#.UyN1MvldW6M> Acesso em: 14 mar. 2014.

KARKOTLI, G. **Responsabilidade Social Empresarial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

KOCHHANN, S.C.; MOISEICHYK, A.E. **Responsabilidade Social: Uma análise voltada ao setor empresarial**. XX Simpep, São Paulo, 2013.

LIKERT, R. **New patterns of Management**. McGraw-Hill, 1961.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MELO, M. C. O. L.; LOPES, A. L.; CASSINI, M.R.de O. L.; RABELO, N.G. **As Relações de Emprego entre os Gerentes: Um olhar recíproco entre as situações na França e no Brasil**. Semead 2012.

NIDUMOLU, R.; PRAHALAD, C. K.; RANGASWAMI, M. R. Why Sustainability is now the Key Driver of Innovation. Harvard Business Review. **Disruptive Innovation**. 2009.

ORTIZ, N. P. D.; BANDEIRA, M. L. Responsabilidad Social Interna: Entre la Diferencia Y El Discurso En El Escenario Organizacional. **FGV EBAPE**, p. 346-368, v.13, n.2, 2015.

SEBRAE. Disponível em < <http://www.sebrae.com.br/>>. Acesso em 28 jun. 2015.

SILVA, U. F.; OLIVEIRA, J. D.; JESUS, M. A. Responsabilidade Social: Percepção dos alunos de Engenharia de uma IES pública. **SEGET**, 2013.

VILELA JR, A.; DEMAJOROVIC, J. (org.). **Modelos e Ferramentas de Gestão Ambiental: desafios e perspectivas para as organizações**. São Paulo: Senac, 2006.