

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO EM UMA INDÚSTRIA METALÚRGICA EM CASCAVEL – PARANÁ

SOUZA, Rafael José.¹
TONIN, André Henrique.²
PASINI, Andreia Helena.³

RESUMO

O objetivo deste estudo foi o de analisar as estratégias de responsabilidade social e ambiental que são utilizadas por uma indústria metalúrgica situada em Cascavel – PR. A pesquisa apresentou uma metodologia de abordagem qualitativa, utilizando os métodos de pesquisas bibliográficas, documental, descritiva e de campo. Foram coletados os dados primários e secundários, sendo os primários coletados através de uma entrevista com o gestor da empresa e o secundário em livros, artigos, revistas e jornais. Em entrevista com o gestor da indústria observou-se que a empresa realiza ações de responsabilidade social e ambiental, visando a melhoria de seu ambiente interno e externo e não como uma estratégia para angariar clientes e obter lucros. Este artigo apresentou como resultados que a empresa conhece e aplica os conceitos de Responsabilidade Social e Ambiental mesmo que de forma empírica, a atividade da empresa que gera os maiores danos ambientais e à saúde dos colaboradores é a fabricação, pintura e limpeza das peças metálicas. A pesquisa resultou ainda na observação de que a empresa realiza doações a entidades carentes e palestras aos seus colaboradores, como uma forma de consciência sobre o seu papel na comunidade, focando internamente no desenvolvimento do quadro de colaboradores buscando aumentar a motivação dos funcionários.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Gestão ambiental, Indústria, Estratégia.

1. INTRODUÇÃO

Uma empresa está inserida dentro de uma sociedade. Essa sociedade contempla o seu quadro de colaboradores, internamente e a sua comunidade, externamente. Neste sentido, a empresa gera impacto a todas as suas ações, sejam elas econômicas, ambientais, sociais, tecnológicos, culturais entre outros. Assim, as empresas que trabalham a responsabilidade social buscam utilizar como uma ferramenta para atingir seu público e melhorar a sua imagem frente à sociedade, como uma estratégia de marketing para a sua autopromoção indireta. Internamente, as ações têm o objetivo de motivar os colaboradores e ganhar eficiência produtiva.

Diante do exposto o problema que norteou a pesquisa é: Quais as estratégias de responsabilidade social e ambiental que são utilizadas pela Indústria Metalúrgica C. E. M. Ltda, situada na Cidade de Cascavel – PR? A pesquisa teve como objetivo geral analisar as estratégias de

¹ Administrador pelo Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: rafael.adm@capitalestruturas.com.br

² Administrador pelo Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: ahtonin@gmail.com.

³ Mestre em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná. MBA em gestão empresarial. Especialista em Gestão e Docência na Educação a Distância. Professora do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz, e da Faculdade Dom Bosco. E-mail: andreiapasini@fag.edu.br.



responsabilidade social e ambiental empresarial utilizada pela Indústria M. C. E. M. Ltda, situada na Cidade de Cascavel – PR.

A justificativa da pesquisa está pautada na importância para as organizações em buscar agregar valor aos seus produtos e serviços através do desenvolvimento sustentável e responsável tanto socialmente como ambientalmente. Além disso, os conhecimentos de ações de responsabilidade social permitem a organização uma busca da melhoria interna e externa, melhor gerenciamento dos processos produtivos, qualidade de vida dos colaboradores, melhor imagem frente a sociedade e assim podendo visar maior lucratividade.

Para atingir o objetivo proposto pela pesquisa, a metodologia apresentou uma abordagem qualitativa. Os métodos de pesquisa utilizados foram do tipo bibliográfica, documental, descritiva, de campo, sendo desenvolvida através de um estudo de caso em uma indústria metalúrgica em Cascavel – Pr. Os dados coletados foram primários e secundários. Os dados secundários foram pesquisados em livros, revistas, artigos, dissertações, documentos cedidos pela empresa. Já os dados primários foram coletados através de uma entrevista realizada com o gestor da empresa.

Este artigo está dividido em cinco capítulos além dessa introdução. O próximo capítulo apresenta o referencial teórico que serviu de base para a elaboração do artigo. O capítulo três apresenta o encaminhamento metodológico. O capítulo quatro apresenta os resultados e suas discussões. O capítulo seguinte apresenta as considerações finais acerca do assunto, e finalmente são apresentadas as referências utilizadas para a elaboração desse artigo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 BREVE HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL

Para Haberberg *et al* (2010), a Responsabilidade Social Empresarial é o conjunto de expectativas éticas, legais e econômicas que a sociedade tem sobre uma empresa, e a preocupação desta com os impactos de sua atividade no âmbito social e ambiental.

Porém, Stoner e Freeman (1999), afirmam que devido aos gestores de empresas não terem capacidade de definir quais são os problemas sociais que necessitam ser priorizados e quanto de recurso deve ser empregado para a sua solução, devem ter seu foco voltado para a produção eficiente de bens e serviços.



De acordo com Friedman (1984) na década de 1980, notou-se que os gestores de empresas e líderes trabalhistas tinham responsabilidades sociais além da prestação de serviços conforme o interesse dos acionistas. Para o autor, esse pensamento mostra uma concepção errada do que é uma economia livre, sendo esta destinada apenas à geração de lucros.

Segundo Tachizawa (2004), nesse período acreditava-se que os recursos naturais eram ilimitados, não sendo nenhum problema para a produção de bens e serviços. O meio ambiente não era um fator ponderado nos modelos econômicos, pois a teoria econômica convencional não considerava a natureza como fator determinante.

A evolução dos processos produtivos, porém, tornaram evidentes os pontos negativos das atividades das corporações. A degradação da qualidade de vida, poluição ambiental e as problemáticas relações de trabalhos são alguns exemplos. Com isso, para Bertonecello e Junior (2007), a Responsabilidade Social das empresas, através de pressão da sociedade, passou a ser parte integrante de debates públicos de temas como pobreza, poluição, distribuição de renda, desenvolvimento e as empresas passaram a se envolver com essas questões.

Com isso, a Responsabilidade Ambiental e Social foi evoluindo. Passou de responsabilidade do governo à responsabilidade conjunta com a empresa. De acordo com Ashley (2002) a responsabilidade social empresarial é o comprometimento dos agentes sociais com todos aqueles em que estão envolvidos.

Essa relação entre o bem público e o bem da empresa pode ser confirmada de acordo com Carrol (2004), pois o mesmo diz que a responsabilidade social empresarial é uma inter-relação entre empresas e comunidades, pois, o que é bom para a empresa deve ser bom para a sociedade.

Os problemas ambientais ficaram evidentes no final dos anos de 1980, devido às crises do petróleo, que apontaram que os recursos naturais são limitados e aos movimentos sociais que visavam melhoria nos direitos da sociedade. De acordo com La Rovere (2001), as empresas passaram a atuar de forma reativa as solicitações da sociedade a as leis ambientais, adotando práticas que atuassem no processo produtivo e consistiam na instalação de equipamentos de controle de poluição de ar, água e até atmosféricas. Ainda de acordo com o autor, essas medidas nem sempre tinham resultados positivos, em relação ao recurso investido.

Posteriormente, ainda segundo La Rovere (2001), as empresas passaram a trabalhar as questões ambientais em suas funções operacionais, fazendo uma integração no processo produtivo, para que todo ele fosse atendido. Surgindo assim a Gestão Ambiental.

Para Schvarstein (2003), a responsabilidade social legal é a que está ligada ao cumprimento de requisitos legais, sendo a empresa a responsável, porém o motivo é externo. Já a responsabilidade interna, são as ações desenvolvidas e aplicadas pela empresa, por acreditarem que é o correto a ser feito.

Entretanto, Melo Neto e Froes (1999), adotam como conceitos de responsabilidade social interna as aplicadas dentro da empresa, voltada para motivação, melhoria do ambiente de trabalho e geração de bem-estar. E como externa, as aplicadas à comunidade em que estão inseridas.

Já Carrol (1999), classifica as responsabilidades da empresa em quatro variedades de responsabilidades da empresa com a sociedade em que estão inseridos, além de aumentar a lucratividade e cumprir a lei. A responsabilidade social da empresa abrange os impactos econômicos, legais, éticos e discricionários. As quatro responsabilidades são:

- a) Responsabilidade econômica: as empresas produzem bens e serviços que demandam da sociedade e revendem a ela, gerando lucros e empregos.
- b) Responsabilidade Legal: a sociedade cobra das empresas a realização de suas missões econômicas cumprindo com os requisitos legais.
- c) Responsabilidade Ética: as empresas devem ter um comportamento ético e atuar além dos compromissos legais.
- d) Responsabilidades discricionárias: são ações tomadas voluntariamente pela empresa onde a sociedade não tem expectativas sobre ela. São guiadas pela vontade da empresa em atuar na sociedade, que não são requisitos legais, mas que estão diretamente ligadas as estratégias corporativas.

2.2 GESTÃO AMBIENTAL

Segundo Moura (2008), depois da Segunda Guerra Mundial, foi definido como prioridade a reconstrução de países que sofreram grandes destruições e a consciência ecológica começa a ser trabalhada. Já em 1972, em Estocolmo na Suécia, ocorreu a Conferencia das Nações Unidas para o Meio Ambiente, que reuniu 113 países. Ainda neste período, surgiu o espírito de “desenvolvimento sustentável”, permitindo a utilização dos recursos ambientais onde encontramos necessidades de sua utilização até hoje, onde se trabalha uma boa qualidade de vida, porém com o dever de zelar por esses recursos para a utilização dos mesmos pela geração futura.



Para Moura (2008), a década de 1970, foi onde apareceram em grande parte dos países as leis que regulamentaram as atividades industriais voltadas a poluição. Também nesta década teve a formação de estudos sobre os impactos ambientais e relatório sobre impactos causados ao meio ambiente.

No Brasil, a Lei 6.938, de 31 de agosto de 1981, estabeleceu a Política Nacional para o Meio ambiente. A Política Nacional do Meio Ambiente tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar no país, condições ao desenvolvimento socioeconômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana, atendidos os seguintes princípios:

- I - ação governamental na manutenção do equilíbrio ecológico, considerando o meio ambiente como um patrimônio público a ser necessariamente assegurado e protegido, tendo em vista o uso coletivo;
- II - racionalização do uso do solo, do subsolo, da água e do ar;
- III - planejamento e fiscalização do uso dos recursos ambientais;
- IV - proteção dos ecossistemas, com preservação de áreas representativas;
- V - controle de zoneamento das atividades potenciais ou efetivamente poluidoras;
- VI- incentivos ao estudo e à pesquisa de tecnologias orientadas para o uso racional e a proteção dos recursos ambientais;
- VII- acompanhamento do estado da qualidade ambiental;
- VIII- recuperação de áreas degradadas;
- IX- proteção de áreas ameaçadas de degradação;
- X- educação ambiental a todos os níveis de ensino, inclusive a educação da comunidade, objetivando capacita-la para participação ativa na defesa do meio ambiente.

Gestão ambiental está diretamente ligada à responsabilidade social empresarial. Segundo Donaire (1999), a responsabilidade social tem um rumo de compromisso com o meio que está inserido, tomando diversas formas, entre elas, proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento da comunidade, equidade nas oportunidades de emprego e serviços sociais em geral, de acordo com o interesse ao meio inserido.

O aporte da gestão ambiental para as diversas atividades da empresa é dividido por Groenewegen e Vergragt (1991) em três esferas: produtiva, inovação e estratégica.

- a) Produtiva: defende por um lado, o controle do cumprimento das regulamentações públicas pelas diferentes divisões operacionais e na formação e implementação de atos ambientais.

Estes atos dizem respeito à manutenção, à conformidade ambiental dos fornecedores e dos meios de produção.

- b) Inovação: aporta uma ajuda técnica dupla: acompanhando os recursos de regulamentação e das avaliações ecotoxicológicas de produtos e emissões a serem cumpridos e acompanhando as definições de projetos de desenvolvimento voltados a produtos e tecnologias.
- c) Estratégica: a gestão ambiental proporciona considerações sobre os potenciais de desenvolvimento e restrições ambientais emergentes.

Os autores ressaltam que, quando se trata de avaliar a influência da gestão ambiental, sobre direções estratégicas de uma empresa/organização, são determinantes para o posicionamento dos responsáveis ambientais, da gestão e os alcances de suas atribuições.

De acordo com Nascimento (2008), o sistema de gestão ambiental é definido como um conjunto de procedimentos para administrar uma empresa, de maneira a gerar menor impacto com o meio ambiente.

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATÉGIA

2.3.1 Estratégia e Administração estratégica

De acordo com a Wright, Kroll e Parnell (2000, p.24), “estratégia refere-se aos planos da alta administração de uma organização, traçados para alcançar resultados condizentes com os seus objetivos e sua missão”.

Ainda segundo os autores, a “administração estratégica é um termo mais amplo, que abrange não apenas o controle dos estágios já identificados, mas também os estágios iniciais de determinação de missão e objetivos da organização no contexto do seu ambiente interno e externo”.

Já para Ansoff e McDonnell, a administração estratégica define-se como: a atividade de administração que se preocupa com o estabelecimento de objetivos e metas para a organização e com a manutenção de um conjunto de relações entre a organização e o ambiente, (a) que lhe permitam perseguir seus objetivos, (b) sejam compatíveis com as potencialidades organizacionais, e (c) lhe possibilitem continuar a ser sensível às exigências do ambiente (ANSOFF; MCDONNELL, 1992, p.289).

Seguindo esse pensamento, Wright, Kroll e Parnell (2000, p.24), definem que a administração estratégica pode ser vista como uma série de passos a serem seguidos e que a alta administração deve realizar, executando as seguintes tarefas:

1. Analisar o ambiente interno e externo, identificando oportunidades e ameaças;
2. Analisar o seu ambiente interno e identificar pontos fortes e fracos;
3. Definir missão e objetivos organizacionais;
4. Definir estratégias, de âmbito estratégico, tático e operacional, que permitam a organização explorar seus pontos fortes junto às oportunidades e ameaças, minimizando seus pontos fracos;
5. Executar as estratégias;
6. Realizar o acompanhamento das estratégias, para assegurar o cumprimento dos objetivos gerais definidos pela organização;

Em suma, a administração estratégica consiste em divisões e ações administrativas que auxiliam a assegurar que a organização formule e mantenha adaptações benéficas com seu ambiente. Desse modo, os administradores estratégicos avaliam suas empresas derivando pontos fortes e pontos fracos. Manter um ajuste compatível entre o negócio e seu ambiente é necessário para a viabilidade competitiva. Como tanto o ambiente quanto a organização modificam-se com a passagem do tempo, esse processo constitui um interesse constante para a administração (WRIGHT, KROLL, PARNELL, 2000, p.25).

2.3.2 Estratégia empresarial e de Responsabilidade Social

“Uma empresa pode optar por adotar uma estratégia ativa de legitimação, procurando contribuir com o processo de definição de seu próprio papel futuro na sociedade, ou pode continuar um observador passivo das mudanças de seu papel” (ANSOFF, MCDONNELL, 1992, p.252).

Segundo Ansoff e McDonnell (1992), considerando as dificuldades de uma empresa em enfrentar os problemas em nível de sociedade, será cada vez mais necessário o desenvolvimento de três estratégias correlacionadas. São elas:

- a) Uma estratégia de legitimação: esta estratégia está relacionada a razão de ser da empresa, análise de aspirações, análise de impactos, e tem relação direta com a busca pela otimização das atividades e busca por lucros.

- b) Uma estratégia de responsabilidade social: estratégia voltada para o código de ética, que representa restrições voluntárias que a empresa se compromete a cumprir, tanto em seu ambiente interno e quanto externo.
- c) Estratégia sociopolítico-comercial: integração das análises sociopolíticas as estratégias de competitividade.

Ainda de acordo com os autores as estratégias de responsabilidades sociais não consistem apenas na adoção as restrições, mas também, em um comportamento proativo adotado pela empresa, além de sua preocupação exclusiva com a maximização de lucros.

De acordo com MCWilliams e Siegel (2001), a Responsabilidade Social empresarial como estratégia competitiva serve para criar demandas para um novo produto ou um produto já existente, obtendo um preço “prêmio”, pois alguns consumidores procuram produtos que atribuam a ele responsabilidade social, sendo no produto em si ou em seu processo produtivo, ou seja, um diferencial.

Para Ansoff e McDonnell (1992), a criação de uma estratégia responsabilidade social não é algo complexo. Inicia-se com a auditoria social, que é um diagnóstico da estratégia corrente de responsabilidade social da empresa.

A busca pela Responsabilidade Social empresarial pode exercer um impacto direto sobre o comportamento de busca por lucros em uma organização. Este impacto normalmente se dá em longo prazo e é causado pelo comportamento da empresa, influenciando os clientes a dar preferências pelos seus produtos (ANSOFF; MCDONNELL, 1992).

Segundo Borger (2001), a responsabilidade social empresarial deve ser vista como parte da cultura, dos valores, da visão e da missão da empresa, necessitando de uma filosofia a ser trabalhada por todos os departamentos da organização. O autor destaca ainda que a simples inclusão dos conceitos em sua missão e valores não gera resultados. É necessário o empenho de todas as áreas para que as mudanças realmente aconteçam.

Para Melo Neto (2001), uma ação social bem desenvolvida garante a empresa uma posição de destaque na sociedade em que atua, sendo este um fator essencial para a manutenção da empresa no mercado. Com sua representação da comunidade impulsionada pela ação social, sua imagem torna-se conhecida e a empresa tende a vender mais. Seus produtos, serviços e mais que tudo, sua marca, ganham visibilidade, aceitação e potencialidade. As partes relacionadas sentem-se orgulhosas e respeitam mais a organização. Com a imagem fortalecida perante a comunidade,



menos suscetível a riscos, a empresa pode concentrar-se em sua busca pela competitividade através de preço, qualidade, marca, serviços e tecnologia.

2.4 BREVES CONTRIBUIÇÕES SOBRE AS CERTIFICAÇÕES

As empresas que atuam de forma responsável podem adquirir certificações e qualificações, através de processos de gestão como as normas das séries ISO e do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade social.

De acordo com Mello (2002), um Sistema de Gestão refere-se aos esforços de uma organização para gerenciar o seu processo produtivo. Normalmente em empresas menores não há sistemas, apenas uma maneira de fazer conforme orientado pelo gerente ou proprietário. Já nas grandes corporações, quanto mais pessoas envolvidas nos processos, maior a chance dos procedimentos e instruções estarem documentados. Esses sistemas contribuem para que os processos sejam eficientes na sua execução, utilizando de forma consciente todos os recursos. Isso garante, também, para que todas as partes dos processos sejam definidas, deixando claro quem é o responsável por fazer o que, quando, como, por que e onde.

Dentre estas ferramentas destacam-se, Instituto Ethos de Responsabilidade Social, a SA8000, ISO 9001, ISO 14001 e a AA 1000, todas relacionadas e direcionadas a Responsabilidade Social e Ambiental Empresarial.

A ISO 9001 é uma certificação ligada diretamente a requisitos de gestão de qualidade e tem como objetivo principal dedicar-se aos sistemas de gestão sobre o tema. Esta ferramenta possibilita a gestão entre fornecedores e clientes com uma maior qualidade, impulsionando o desenvolvimento de funcionários alcançando a busca pela qualidade total sempre propiciando a competitividade de mercado, otimizando processos e reduzindo custos. Em determinados casos, a ISO 9001 é exigida por clientes, que decidem negociar somente com fornecedores habilitados (ISO ONLINE, 2016).

Para Ferreira (2001), as normas da série 9000 são um grande sucesso de aceitação, com mais de 300 mil empresas certificadas no mundo até o final do ano 2000, tendo boa recepção no universo corporativo como um modelo bem definido para o estabelecimento de Sistemas de Gestão de Qualidade, englobando no processo melhorias significativas, de produtividade, custos e no clima organizacional com a responsabilidade e tarefas da empresa melhor definidas.

Segundo Moretti e Gomes (2007), já as normas da série ISO 14000 foram elaboradas com intuito de conscientizar as empresas sobre os efeitos provocados por elas ao meio ambiente. Esta



norma tem como aspectos relevantes a análise dos impactos e consequências que os produtos/serviços de determinada empresa possam provocar ao meio ambiente, definição de indicadores para analisar o desempenho da empresa na gestão ambiental e redução dos custos na prevenção de acidentes ambientais.

Atuando na área de Responsabilidade Social, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma Oscip (*Organização da sociedade civil de interesse público*) cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável. O instituto criado por um grupo de empresas do setor privado constitui um polo de troca de experiências e conhecimentos, e de desenvolvimento de ferramentas que auxiliam na gestão dos processos da empresa e a conscientização de seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável (Instituto Ethos, 2016).

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada de forma aplicada, pois de acordo com Ruiz (2002) tem o objetivo de investigar, comprovar ou rejeitar hipóteses sugeridas pelo referencial teórico. De acordo com Gil (1999), na realização de uma pesquisa, há os objetivos a serem observados e a análise e compreensão dos dados coletados.

Essa pesquisa teve a finalidade de analisar a estratégia de Responsabilidade Social e Ambiental Empresarial utilizada por uma indústria metalúrgica. Para atingir o objetivo que foi proposto pelo estudo, a metodologia apresentou uma abordagem qualitativa. Com os métodos de pesquisa do tipo bibliográfica, documental, descritiva, de campo, sendo desenvolvida através de um estudo de caso em uma indústria metalúrgica em Cascavel – Pr. Os dados coletados foram primários e secundários. Os dados secundários foram pesquisados em livros, revistas, artigos, dissertações, documentos cedidos pela empresa. Já os dados primários foram coletados através de uma entrevista realizada com o gestor da empresa.

O modelo metodológico para tal verificação foi a de pesquisa de campo. A pesquisa de campo consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para ulteriores análises (Ruiz, 2002, p.221).



Para Malhotra (2001) quando a pesquisa tem objetivo de alcançar a compreensão das razões e motivações subjacentes, é uma pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa tem um enfoque direto com a finalidade de revelar o evidente pela própria tese.

De acordo com Demo (2000) o modelo de pesquisa quantitativo requer fazer jus à complexidade da realidade e exige mensuração de dados secundários. O modelo quantitativo trabalha dados estatísticos e estão relacionados a comparações. Após a análise, os dados devem ser formalizados.

De acordo com Martins e Lintz (2000), a pesquisa bibliográfica procura debater um tema ou problema embasando-se em obras teóricas já publicadas em livros, revistas, periódicos, etc. Essa metodologia permite conhecer e fazer uma análise crítica sobre os estudos científicos acerca do tema estudado.

Para Pádua (2000), o método de pesquisa documental é aquela realizada através de análise de documentos, sendo eles atuais ou não, obrigatoriamente originais, comprovados cientificamente e não fraudados. A pesquisa documental é uma base de conhecimento fixada materialmente e capaz de ser utilizado para consulta, estudo ou prova.

A pesquisa de estudo de caso, para Martins e Lintz (2000), refere-se a um tipo de pesquisa que busca estudar uma unidade de forma crítica. Considera essa unidade social em sua totalidade, objetivando compreender em seu próprio meio. Através de um estudo de caso, é possível obter o maior número de informações detalhadas.

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Este capítulo apresentará a análise e discussão dos resultados que foram encontrados através da realização da pesquisa de campo. Inicialmente apresenta-se um breve histórico da empresa em estudo.

A pesquisa foi realizada na Indústria Metalúrgica C. E. M. Ltda., situada na Cidade de Cascavel- Pr. A empresa atua no segmento metal mecânica no Oeste do Paraná.

A C. E. M. Ltda está há 22 anos no mercado, conta com 25 colaboradores diretos, e tem seu faturamento médio de R\$ 300.000,00 mês, produzindo 30 toneladas de aço ao mês, e tem com principal produto a fabricação de estruturas metálicas. Seus clientes estão segmentados em empresas de pequeno, médio e grande porte, atendendo a setores públicos e privados.



Após a breve apresentação sobre a empresa em estudo, o tópico seguinte apresenta a transcrição da entrevista realizada com o gestor da empresa.

4.1 ENTREVISTA COM O GESTOR DA EMPRESA

A entrevista foi realizada com o gestor e um dos proprietários da empresa. A entrevista durou aproximadamente duas horas, e foi gravada para que nenhuma informação fosse perdida.

O gestor tem 54 anos de idade, sua escolaridade é ensino médio completo. Iniciou as atividades da empresa em 1993. A empresa tem além do entrevistado, mais dois sócios, que dividem as responsabilidades da gestão da empresa. Os sócios são responsáveis pela parte da produção e pela parte comercial da empresa, sendo o entrevistado o responsável pela administração da empresa.

A entrevista foi realizada no dia 05 de agosto de 2016, no período da tarde, na empresa para que as rotinas da empresa pudessem também ser observadas. As perguntas foram realizadas de forma aleatória, buscando responder ao objetivo proposto pela pesquisa.

Quando questionado em relação ao termo de responsabilidade social o entrevistado respondeu que para ele a responsabilidade social é algo que beneficia a sociedade e conseqüentemente a empresa, é algo que contribua com a política social e que também ajude a comunidade externa e seus funcionários da empresa. Essa afirmação pode ser confirmada com Carrol (2004) que traz a responsabilidade social empresarial como uma inter-relação entre empresas e a comunidade, pois a empresa deve ser boa para a sociedade.

Por se tratar de uma indústria, foi questionado ao responsável pela empresa, se ele imagina quais os impactos ambientais e sociais gerados pela empresa, obtendo a seguinte resposta: “não tenho muito conhecimento sobre esse contexto, mas acredito que o maior impacto ambiental é a poluição. O processo de limpeza, solda e pintura das peças são as partes mais nocivas ao meio ambiente, quanto à saúde do trabalhador, pois envolve a utilização de produtos químicos que representam altos riscos de contaminação e também a exposição aos fumos metálicos do processo de solda. Já o processo de pintura é nocivo pelos fatores de exposição aos riscos químicos. Quanto à poluição, destaca-se a não destinação correta dos resíduos, sólidos e líquidos e gasosos, sendo esses despejados na rede comum. No processo administrativo há uma grande utilização desenfreada de copos plásticos e papéis, sendo que a empresa não usa nenhum meio de controle para os mesmos. E sociais não tenho conhecimento”. Neste sentido, a empresa perde em questões de produtividade,



pois, de acordo com Barbieri (2004), a preservação ambiental aumenta a produtividade da empresa, pois, a redução de poluentes na fonte significa recursos poupados, o que permite produzir mais bens e serviços com menos insumos.

Quando o questionamento estava nas atitudes relacionadas à prática da responsabilidade social, o gestor respondeu que realizam algumas doações para entidades carentes como a Uopeccan e Apae, que são entidades da cidade. E realizam programas junto ao SESI voltados aos colaboradores, segundo o entrevistado todos os colaboradores da empresa tem baixo grau de instrução, e o único que continua estudando é o gerente de produção, que está terminando o ensino médio. Segundo Melo Neto e Froes (2001), a empresa mantém políticas de responsabilidade social interna e externa, pois adotam ações aplicadas dentro da empresa, voltada para motivação, melhoria do ambiente de trabalho e geração de bem-estar, com realizações de programas para os funcionários, e como externas, as atividades realizadas junto com a comunidade que está inserida.

Com ações realizadas no ambiente interno e externo da empresa e o conhecimento do administrador que a poluição é o maior impacto gerado pelas atividades da empresa, foi indagado ao mesmo, se na sua visão a responsabilidade social empresarial tem algum impacto sobre uma boa gestão. O entrevistado respondeu que acredita “que a maior importância seja no aumento de competitividade da empresa frente aos seus concorrentes, otimizando recursos de mão de obra e utilizando produtos sustentáveis/recicláveis no processo de industrialização dos produtos que a empresa fabrica”. Esse aumento de competitividade apontado pelo responsável pela empresa remete ao maior cuidado com as questões ambientais e desenvolvimento sustentável, utilizando de forma mais precisa os recursos financeiros, humanos e naturais, incorporando dessa forma a estratégia da empresa. De acordo com Porter (1986), pode-se dizer que se trata de uma estratégia de diferenciação, que consiste em desenvolver as atividades da empresa, agregando valor ao produto ou serviço.

Focando no ambiente interno da empresa, o gestor respondeu que “a empresa trabalha em parceria com o SESI, onde traz para dentro da indústria um programa que 2 vezes por ano, abrange palestras e práticas sobre, saúde, segurança, alimentação, tabagismo, alcoolismo entre outros assuntos que são abordados”. De acordo com o pensamento do autor Carrol, essas ações podem ser definidas como ações de Responsabilidades discricionárias, que são ações tomadas voluntariamente pela empresa onde a sociedade não tem expectativas sobre ela. São guiadas pela vontade da empresa em atuar a sociedade, que não são requisitos legais, mas que estão diretamente ligadas as estratégias corporativas.



Dentro dos conhecimentos do administrador da empresa, foi questionado como as ações de responsabilidade social interna influenciam no dia-a-dia do funcionário, sendo apontado por ele que “principalmente na motivação do colaborador, onde ele identifica que a empresa também se importa com saúde, alimentação, ou seja, a sua qualidade de vida de modo geral. Isso traz uma maior disposição do colaborador e também uma maior motivação no seu dia-a-dia”. Os autores Melo Neto e Froes apontam como conceitos de responsabilidade social interna as aplicadas dentro da empresa, voltada para motivação, melhoria do ambiente de trabalho e geração de bem-estar.

Focando no campo de atuação da empresa, que é da indústria metal mecânica, o administrador da empresa informou não possuir nenhum projeto para obtenção de certificações de responsabilidade social, como as certificações da série ISO, informando ainda desconhecer o procedimento, bem como se os seus concorrentes diretos possuem a certificação. Ele acredita que se a certificação pudesse aumentar sua carteira de clientes e sua responsabilidade com o meio ambiente ela poderia ser utilizada pela empresa.

Questionado sobre o que o quesito de responsabilidade social e empresarial poderia influenciar no produto ou serviço comercializado pela empresa, o Sr. Remir “acredita que identificando potenciais clientes que solicitem ou coloquem essa política como regra para prestação de serviços, o principal fator seria uma maior fatia de mercado e conseqüentemente a otimização dos lucros”. Acompanhando, para Ansoff e MacDonell (1993) uma empresa pode optar por adotar uma estratégia ativa de legitimação, procurando contribuir com o processo de definição de seu próprio papel futuro na sociedade, ou pode continuar um observador passivo das mudanças de seu papel. Com isso, a Responsabilidade Social empresarial como estratégia competitiva serve para criar demandas para um novo produto ou um produto já existente, obtendo um preço “prêmio”, pois alguns consumidores procuram produtos que atribuam a ele responsabilidade social, sendo no produto em si ou em seu processo produtivo, ou seja, um diferencial.

Ao finalizar a entrevista, o responsável pela C. E. M., disse que pelo seu conhecimento a importância da responsabilidade social empresarial “ainda seja pequena, pois isso é algo que ainda é pouco difundido dentro das indústrias e cooperativas, para contratação de serviços e até porque com esse cenário atual em que vivemos as empresas quando buscam um novo parceiro, eles buscam primeiramente preço, para depois ir mensurando, qualidade, segurança, prazo e outros, isso como forma de prestação de serviços. Agora voltado aos colaboradores isso influencia muito, pois os mesmos sentem que a empresa também se preocupa com eles e não apenas quer comprar a sua mão de obra, isso gera uma confiança entre as partes e uma maior contribuição do funcionário com a



empresa”. Observa-se que a C. E. M. aplica a responsabilidade social e empresarial apenas voltada ao ambiente interno da empresa, ou seja, aos seus funcionários, pois no seu ramo de atuação, certificações e ações de responsabilidade social não são fatores relevantes considerados pelos seus clientes na contratação de serviços.

Entretanto, de acordo Ansoff e McDonnell (1993), a busca pela Responsabilidade Social empresarial pode exercer um impacto direto sobre o comportamento de busca por lucros em uma organização. Este impacto normalmente se dá em longo prazo e é causado pelo comportamento da empresa, influenciando os clientes a dar preferências pelos seus produtos. Pode-se dizer que a empresa deve estar constantemente preocupada com suas ações, tomando cuidados com sua gestão ambiental e com os colaboradores, pois, ações negativas têm reflexos negativos e os clientes não querem sua imagem relacionada a uma empresa envolvida em escândalos negativos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A referida pesquisa foi realizada como um estudo de caso na C. E. M. Ltda, uma indústria metalúrgica localizada em Cascavel – Paraná, abordando o tema de Responsabilidade Empresarial Social e Ambiental, investigando através de entrevista com o gestor da empresa, quais são as práticas adotadas pela empresa.

De acordo com a entrevista, observou-se que apesar de não se tratar de uma grande empresa e de que o entrevistado não possui alto grau de instrução, o conceito de responsabilidade social empresarial é conhecido e praticado pela empresa, mesmo que de forma empírica.

Os processos de fabricação, pintura e limpeza das peças metálicas são as atividades que apresentam os maiores impactos ambientais e danos à saúde dos colaboradores, pois envolvem a utilização de componentes químicos que contém alto grau de risco de contaminação. Pensando nesse problema ambiental, seria viável para a empresa desenvolver um programa de descarte adequado dos resíduos industriais através de logística reversa, verificando com os próprios fornecedores a coleta dos resquícios da produção. E a compra de uma cabine de pintura automática, que custa em torno de R\$ 90.000,00 e que impede o colaborador de entrar em contato direto com os agentes químicos da tinta, diminuindo o risco de contaminação, podendo ainda, aumentar a satisfação do funcionário em trabalhar na empresa.

Sobre as práticas adotadas pela empresa como ações de Responsabilidade Social, como as doações às entidades carentes e que atendem a comunidade, como APAE e UOPECCAN, e



palestras e treinamentos para os funcionários através de convênio com o SESI, demonstram que a empresa tem consciência do seu papel junto a comunidade, além da simples geração de lucros e empregos, porém, a mesma não intensifica as ações para adquirir um diferencial competitivo. Diante disso, propomos à empresa a criação de uma política de incentivo ao estudo de seus colaboradores, aumentando o grau de escolaridade dos mesmos e com isso, incentivá-los a desenvolver processos da empresa, com uma política de remuneração variável por processo implantado. A remuneração variável deverá gerar uma motivação extra aos funcionários e um ganho em produtividade para a empresa. Para divulgar a empresa no âmbito da comunidade, uma prática que pode ser adotada pela empresa é o engajamento da empresa em festas de comunidades, participação e desenvolvimento de eventos regionais. Essas ações podem trazer para a empresa uma imagem de “amiga da comunidade”, atraindo mão de obra qualificada e cliente em potencial.

A visão do gestor sobre os impactos da Responsabilidade Social e Ambiental em uma boa gestão da empresa demonstra que a empresa busca vantagens à sobre os seus concorrentes, buscando sempre agregar valor ao serviço prestado pela empresa, sobretudo, quanto a utilização correta de recursos financeiros, humanos e tecnológicos. Para demonstrar essa consciência de uma empresa preocupada com um desenvolvimento sustentável, ou seja, um desenvolvimento que não impacte negativamente nas gerações futuras, a recomendação é pela incorporação do lema de sustentabilidade à Missão da empresa, sendo amplamente divulgado entre seus clientes, fornecedores e funcionários, fortalecendo a imagem da organização em seu mercado. A missão proposta é: “Contribuir para o crescimento do Brasil, fornecendo produtos e serviços produzidos com responsabilidade social e ambiental, propiciando o desenvolvimento contínuo do ambiente interno e externo, atuando com segurança e rentabilidade”.

As ações praticadas internamente na empresa focam no desenvolvimento do quadro interno de colaboradores, com ações que englobam questões de saúde, finanças pessoais, educação, tabagismo, alcoolismo e segurança, que não são requisitos legais, porém, que foram pensadas como estratégias de motivação. Ponderando isso, a nossa recomendação ao Gestor foi a implantação de uma campanha de saúde e antitabagismo, informando aos funcionários sobre problemas de saúde que o cigarro pode causar e incentivando-os a largar o vício. Além de pensar no bem-estar do funcionário, a ação tem como objetivo reduzir o tempo que o funcionário para de produzir para fumar, ganhando eficiência sobre as horas trabalhadas.

O gestor afirma ainda não ter conhecimento sobre a importância de uma certificação da série ISO no seu ramo de atuação. Pensando nisso, como recomendação ao gestor da empresa, propomos

a implantação da ISO 9001 e uma pesquisa de mercado. A ISO 9001 está ligada diretamente a indicadores de qualidade, otimizando processos e impulsionando a competitividade da empresa. O custo da adequação da empresa à ISO 9001 varia entre R\$ 1.000,00 e R\$ 25.000,00, porém, aliada a uma pesquisa de mercado, o custo pode se tornar baixo. A pesquisa de mercado irá demonstrar para a empresa um panorama de seus concorrentes quanto a utilização das certificações ISOs e quais clientes e potenciais a empresa pode atingir com a aquisição do selo. Observando que há potenciais clientes, o marketing da empresa deverá ser focado na ISO e nas boas práticas de gestão ambiental e de responsabilidade social.

A visão do gestor da empresa sobre a Responsabilidade Social e Ambiental, é que a mesma pouco é relevante para a contratação de seus serviços, pois, a grande parte dos seus clientes procuram contratar os serviços que possuem o melhor preço, pouco preocupando-se com questões ambientais ou com práticas sociais. Porém, há uma tendência dessa relevância se inverter.

A demanda por produtos responsáveis socialmente e ambientalmente está atingindo toda a cadeia produtiva. Isso significa para a indústria metalúrgica pesquisada, que os seus clientes que são grandes indústrias, ao adequarem suas políticas para práticas sustentáveis, devem buscar parceiros com políticas em consonância.

Com isso a C. E. M. Ltda pode antecipar seu planejamento estratégico de longo prazo conforme essa tendência do mercado, implantando políticas internas e externas de proteção ambiental, desenvolvimento de colaboradores, certificações ISO, programas de logística reversa, e sustentáveis, investindo na divulgação dessas políticas no seu mercado de atuação, ganhando assim uma vantagem perante os seus concorrentes.

REFERÊNCIAS

ANSOFF, H.I.; MCDONNELL, E.J.; **Implantando a Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas S.A., 1993.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARBIERI, J.C. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. 258 f. Tese (Doutorado em Administração) - FEAC – USP, São Paulo, 2001.

BRANDÃO. A. **Ética empresarial e os fundos socialmente responsáveis**. Porto: Ed. Vida Econômica, 2004.

- CARROL, A.B. **The Pyramid of Corporate Social Responsibility**, 1991.
- CARROL, A.B., 1979. **A Three dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of Management Review** (pre-1986); ct 1979.
- DEMO, P. 1941- **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Editora Atlas, 2000.
- DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental nas Empresas**. 2ed. São Paulo, Atlas, 1999.
- FERREIRA, J. J. A. **A série ISO 9000:2000**. São Paulo: Fundação Vanzolini, 2001.
- FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1984.
- GIL, A. C. **Estudo de Caso**. São Paulo: Editora Atlas. 2009.
- GOMES, Adriano; MORETTI, Sérgio. **A responsabilidade e o social: uma discussão sobre o papel das empresas**. São Paulo. Saraiva. 2007.
- GROENEWEGEN, P; VERGRAGT, P. **Environmental issues as treats and opportunities for technological innovation. Technology Analysis and Strategic Management** , v. 3, n. 1, p.43-55, 1991. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000220&pid=S0104-530X201100020001200018&lng=pt. Acesso em: 09 ago. 2016.
- HABERBERG, A.; GANDER, J.; RIEPLE, A.; HELM, C. e MARTIN-CASTILLA, J.-I. (2010), «**Institutionalizing idealism: the adoption of CSR practices**». **Journal of Global Responsibility**, vol. 1, n.º 2, pp. 366-381. Acesso em: 05 ago. 2016. Disponível em: http://www.na-businesspress.com/Subscriptions/JLAE/JLAE_10_1_Master.pdf.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/conteudo/sobre-o-instituto/missao/#.Vj43zNKrRdh> Acesso em: 07 ago. 2016.
- LA ROVERE, E. L. **A Sociedade Tecnológica, a Democracia e o Planejamento**, IV Simpósio Estadual sobre a Universidade e o Meio Ambiente, São Paulo, 1990.
- _____. **Manual de Auditoria Ambiental**. 2ed. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark 2001.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2001.
- MARTINS, G.A.; LINTZ, A. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.
- MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. **Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective**. **Academy of Management Review**, vol.26. No I, 117-127, 2001. Acesso em 08 ago. 2016. Disponível em: <https://www.jstor.org/publisher/aom>.
- MELLO, C. H. P. et al. **ISO 9001:2000**. São Paulo: Atlas, 2002.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: A Administração do Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 1999.



_____. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O caso Brasileiro.** Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2001.

MOURA, Luiz Antônio Abdalla de. **Qualidade e Gestão Ambiental.** 5ed. São Paulo: Editora Juarex de Oliveira, 2008.

NASCIMENTO, Luiz Felipe. **Gestão Ambiental e Sustentabilidade.** Sistema Universidade Aberta do Brasil, 2008.

PÁDUA, E. M. M., **Metodologia da Pesquisa:** Abordagem teórico prática. 5ed, Campinas-SP: Editora Papyrus, 2000.

SCHVARSTEIN, L.. **La Inteligência Social de las Organizaciones:** Desarrollando las Competencias Necesarias para el Ejercicio Efectivo de la Responsabilidad Social, Buenos Aires, Editora Paidós, 2003.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração.** 5ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TACHIZAWA T.; **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Coporativa – Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira.** 2ed. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

WRIGHT, P.; KROLL, M.J.; PARNELL, J. **Administração Estratégica:** conceitos. São Paulo: Atlas S.A, 2000.