

**FACULDADE CIDADE DE JOÃO PINHEIRO-FCJP
NÚCLEO DE PESQUISA E INICIAÇÃO CIENTÍFICA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

IARA MARIA SOARES DA SILVA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE
JOÃO PINHEIRO-MG**

**JOÃO PINHEIRO
2017**

IARA MARIA SOARES DA SILVA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE
JOÃO PINHEIRO-MG**

Artigo apresentado a Coordenadoria do Núcleo de Pesquisa e Iniciação Científica da FCJP, como parte dos requisitos para a obtenção do grau Bacharel em Administração.

Orientadora: Renata Suzelli Souza Gonçalves.

FACULDADE CIDADE DE JOÃO PINHEIRO – FCJP

**NÚCLEO DE PESQUISA E INICIAÇÃO CIENTÍFICA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

A comissão examinadora abaixo assinada aprova o artigo “Responsabilidade Social nas Empresas de João Pinheiro-MG” como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Elaborada por Iara Maria Soares da Silva

Comissão Examinadora:

Esp. Renata Suzelli de Souza Gonçalves - Orientadora

Dra. Maria Célia da Silva Gonçalves

Me. Osnir Martins Rodrigues



João Pinheiro, 01 de dezembro de 2017.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado força e coragem para superar as dificuldades e desafios durante todo o processo de formação acadêmica.

A Faculdade Cidade de João Pinheiro, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram um crescimento pessoal e profissional.

A minha orientadora Renata Suzelli Souza Gonçalves a qual tenho muita admiração e respeito, pois ela me ensinou muito sobre determinação, superação e força; Agradeço também por todo suporte e incentivos na elaboração desse trabalho.

Ao meu esposo Elvécio Ramos da Cruz que sempre esteve ao meu lado apoiando, acreditando e torcendo pela realização desse sonho; Não mediu esforços para que eu pudesse chegar até aqui.

A minha família pelo amor incondicional, por se alegrarem e vibrarem com minhas conquistas.

Aos amigos que admiro e levarei como referência de liderança para a vida, me fizeram acreditar em meu potencial e o quanto sou capaz de realizar os meus sonhos: Hercules Gomes Junior, Unilson Gomes Soares, Hamilton Aparecido, Daniela Cristina da Silva Borges.

Aos meus amigos e companheiros que me estenderam a mão, aqueles que eu sempre contei com o apoio, pois não mediam esforços, sempre de coração aberto a cada projeto: Raiane Batista, Viviane Ferreira, Júlio César, Lorena Alves e Geane Thais.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte de minha formação, o meu muito obrigada.

Dedico este trabalho ao meu esposo Elvécio Ramos da Cruz, ao Hércules Gomes Júnior e a minha orientadora Renata Suzelli de Souza Gonçalves por serem pessoas especiais e de grande coração aos quais me inspiro quando o assunto é ajudar ao próximo.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE JOÃO PINHEIRO-MG

Iara Maria Soares da Silva*
Renata Suzelli de Souza Gonçalves**

RESUMO:

O presente artigo buscou descrever e analisar a importância da Responsabilidade Social nas empresas privadas de variados setores, associadas a ACE de João pinheiro-MG, no ano 2017. Com o intuito de entender qual a percepção dos empresários associados da ACE em relação a essa prática, o motivo por tantas organizações não praticarem de maneira efetiva a RSE, as suas principais dificuldades em promover ações sociais, compreender e analisar o envolvimento e a participação dos dirigentes sobre a RSE. Como instrumento de coleta de dados foram aplicados 15 questionários contendo 9 perguntas com questões fechadas, abertas e diretas, utilizou-se pesquisa qualitativa para a reflexão teórica, e pesquisa bibliográfica para melhor entendimento do tema; a partir dos principais resultados, foi evidenciada a falta de entendimento e de engajamentos em relação a responsabilidade social, principalmente no que se refere aos indicadores RSE os quais são instrumentos norteadores do comportamento profissional, diante dos problemas encontrados no dia-a-dia das empresas, compreende-se que há uma espera e transferência de responsabilidade e iniciativa para governo e entidades públicas por parte dos empresários, evidenciou-se a falta de cultura por parte da gestão estratégica das empresas em desenvolver trabalhos sociais juntamente com seus colaboradores. A responsabilidade social é uma prática voluntária, mas acredita-se que se as organizações tem o poder de usufruir dos recursos humanos e ambientais ela também tem o poder de contribuir e cuidar para que essa utilização seja de maneira sustentável e que traga desenvolvimento econômico e social para a comunidade.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social empresarial; Filantropia; Imagem organizacional.

Abstract

This article aimed to describe and analyze the importance of Social Responsibility in the private companies of various sectors, associated to ACE João Pinheiro-MG, in the year 2017. In order to understand the perception of the associate entrepreneurs of ACE in relation to this practice, the reason why so many organizations do not effectively practice CSR, their main difficulties in promoting social actions, understanding and analyzing the involvement and participation of leaders in CSR. As a data collection instrument, 15 questionnaires containing 9 questions with closed, open and direct questions were applied; qualitative research was used for theoretical reflection and bibliographical research to better understand the subject; based

* Bacharel em Administração pela Faculdade Cidade de João Pinheiro (FCJP).
E-mail: soaresiara322@yahoo.com.br

** Especialista em Didática e Metodologia do Ensino Superior pela FCJP e Auditoria pela UNIMONTES.
Professora e Contadora na Faculdade Cidade de João Pinheiro (FCJP). E-mail renatassg@yahoo.com.br.

on the main results, the lack of understanding and engagement in relation to social responsibility was evidenced, mainly in relation to the CSR indicators which are instruments guiding the professional behavior, given the problems encountered in the day-to-day business, it is understood that there is a wait and transfer of responsibility and initiative for government and public entities on the part of the entrepreneurs, it was evidenced the lack of culture by the strategic management of the companies in developing social works together with their collaborators. Social responsibility is a voluntary practice, but it is believed that if organizations have the power to take advantage of human and environmental resources, it also has the power to contribute and take care that this use is sustainable and that it brings economic and social development to the community.

Keywords: Corporate Social Responsibility. Philanthropy. Organizational image.

INTRODUÇÃO

Responsabilidade Social são posturas, comportamentos e ações adotadas pelas empresas de forma voluntária, práticas que promovem bem-estar do seu público interno e externo, e não sendo regras impostas pelo governo ou por qualquer outro incentivo.

Os benefícios da responsabilidade social envolvem os seus colaboradores, parceiros, fornecedores, consumidores e principalmente a comunidade. Promovendo qualidade de vida e reduzindo impactos negativos de sua atividade fim ao meio ambiente.

Atualmente as organizações tendem a passar por mudança comportamentais e de gestão que envolvem maior transparência, ética e valores na relação com seus negócios e com o próximo, como consequência faz com que sua imagem tenha maior valorização no mercado.

A ACE- Associação Comercial, Empresarial, Industrial e Agropecuária de João Pinheiro, vem desenvolvendo trabalhos excelentes em parceria dos empresários gerando benefícios para seus associados como por exemplo: a conciliação extraprocessual, prestigiam o comércio local realizando promoções comerciais durante o ano, plataforma de consultas de SCPC de SERASA, disponibiliza o certificado digital, BDMG - facilidade em conseguir um financiamento e assessoria jurídica. Como consequência possui forte influência entre os empresários, podendo impulsionar as práticas sociais, trazendo melhorias para a nossa cidade e região.

É de grande importância que os administradores e gestores das organizações promoveram o desenvolvimento social para a preservação dos recursos, suas reservas naturais e ambientais, tendo em vista que o futuro de sua empresa depende diretamente da qualidade de vida e do bem estar social.

O intuito desse estudo é compreender as reais causas e dificuldades que impedem os empresários locais a adotarem a filosofia de responsabilidade social em suas empresas. É de suma importância a aplicação da gestão social, visto que a melhor maneira de reverter os problemas da sociedade, são através das ações desenvolvidas por todos e voltadas para a cidade e comunidade que estamos inseridos, e essa cultura se inicia dos gestores sendo inseridas na rotina dos colaboradores.

O presente estudo surge com o objetivo geral de verificar quais são as principais dificuldades encontradas pelos empresários em desenvolver trabalhos de responsabilidade social em suas organizações; e com o objetivos específicos de identificar quais são as empresas que adotam essa postura de responsabilidade social em João Pinheiro e se há alguma organização que possua algum projeto voltado ao social; Demonstrar a importância da responsabilidade empresarial e o seu diferencial competitivo no mercado; Verificar quais as dificuldades encontradas pelas organizações em adotar essa prática ética e responsável.

A presente pesquisa pretende responder aos seguintes questionamentos: Quais são as principais dificuldades encontradas pelos empresários em desenvolver trabalhos de responsabilidade social em suas organizações? De que maneira a ACE pode desenvolver a cultura de responsabilidade social nas empresas de João pinheiro? Quais são os principais motivos que as empresas adotam a responsabilidade social? De que forma esse trabalho contribuiria para a cultura de RSE? Quais são as vantagens competitivas de se desenvolver um projeto social?

Acredita-se que as maiores dificuldades encontradas pelos empresários em desenvolver trabalhos de responsabilidade social em sua empresa é a falta de cultura em se envolver com os trabalhos de RSE, ausência de iniciativa em se comprometer com as atividades que geram tempo e investimento e o não conhecimento de alguns empresários sobre os benefícios que geram para a organização.

ACE Associação Comercial de João Pinheiro pode apoiar ou desenvolver programas que disseminem a cultura de responsabilidade social nas empresas de João pinheiro, através do envolvimento dos empresários para a realização de projetos voltado para a sociedade, devido aos trabalhos que vem realizando em parceria com às organizações.

A responsabilidade social é o compromisso das empresas com o bem-estar social, quando convertem parte dos lucros em ganhos sociais, são ações que contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos *stakeholders*; são decisões empresariais informadas pelo balanço dos interesses dos *stakeholders* e consubstanciadas naquilo que se denomina balanço social. Na frente interna equacionam os investimentos dos proprietários e as

necessidades dos gestores e dos trabalhadores. Na frente externa são levadas em consideração as expectativas dos clientes, fornecedores prestadores de serviço, fontes de financiamentos, comunidade local, associações voluntárias e demais entidades (SROUR, 2003 p.316).

As organizações adotam a postura social visando assegurar sua reputação diante do consumidor e dos colaboradores, para que a cada ação aumente sua visibilidade de forma positiva para a sociedade. Investem parte dos lucros financeiros que são transformados em ganhos sociais.

Na medida em que a empresa utiliza a mão de obra existente na sociedade e se vale de seus recursos naturais para produzir seus produtos e serviços, ela passa a ter uma responsabilidade para com o seu entorno. É exatamente aqui que a empresa pode atuar diretamente para minimizar os impactos de sua atividade. Como? Através de programas de treinamentos e educação para a comunidade, a fim de produzir mão de obra qualificada para ser absorvida pelo mercado, através de programas de manejo de resíduos, produção sustentável e preservação do meio ambiente (BRAGA, 2013, s/p).

Em resposta às ações das empresas a população beneficiada pelos trabalhos realizados dão prioridade, credibilidade e maior valorização da marca que está vinculada a algum tipo de projeto social. Para que as organizações tenham seus ganhos sociais economicamente prestarem conta do seus gastos acompanhando e divulgando o balanço social.

De acordo com (Rico 2004) o balanço social é um documento publicado anualmente, reunindo um conjunto de informações sobre as atividades econômicas, ambientais e sociais desenvolvidas pela empresa que apresenta os seus principais compromissos públicos, as metas para o futuro, os problemas que imaginam enfrentar e os possíveis parceiros com quem pretende trabalhar para equacionar os desafios previstos.

A divulgação do balanço social não é obrigatório no Brasil, no entanto é através do dele que a empresa publica o investimento em projetos e ações realizados e o que fez pelos seus colaboradores e pela população a qual exerce influência direta.

Com a postura e o comportamento ético empresarial os benefícios como: redução de gastos, gestão de qualidade, gestão de recursos, a fabricação consciente de produtos, sempre com a atenção voltada aos recursos naturais, gerando o mínimo de impacto ambiental levam a empresa a um patamar social elevado.

As empresas tem se preocupado cada vez mais com a RSE pois tornou-se um diferencial competitivo essencial para tornar as organizações mais produtivas e garantir o respeito do público, e principalmente a sua própria visibilidade perante a sociedade.

Para responder esses questionamentos a realização deste estudo, buscar-se-á o método qualitativo e quantitativo, contendo perguntas abertas e fechadas.

A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências do comportamento. (MARCONI & LAKATOS, 2004, p.269).

A pesquisa qualitativa tem como objetivo a compreensão das situações apresentadas pelos entrevistados, com intenção de avaliar as características ou comportamentos, colocando em ênfase o ponto de vista do público alvo.

Segundo (Marconi & Lakatos) o questionário é um instrumento de coletas de dados, constituído por uma série de perguntas que tem como vantagens economia de tempo, obtém respostas mais rápidas, evita gastos com pesquisas de campo e treinamento.

A pesquisa é de natureza qualitativa com elementos quantitativos, o pesquisador utilizará a pesquisa bibliográfica com o intuito de reunir informações e dados teóricos que servirão de base para a construção da proposta do tema, como instrumento de coleta de dados o questionário com perguntas abertas, direta e pessoal, permitindo ao informante respostas livres usando linguagem própria e emitir opiniões com respostas mais profundas e precisas.

O público para essa pesquisa se constitui de 15 empresários associados à ACE de João Pinheiro, os entrevistados atuam em diversos setores, escolhidos aleatoriamente com base em listagem enviada pelo gestor da Associação Comercial. Serão entregues aos dirigentes ou sócios que estejam ligados diretamente nas tomadas de decisões em relação a implementação da responsabilidade social.

A pesquisa busca entender qual é a percepção do empresário diante aos problemas sociais e se entendem qual é o seu papel como empresa diante da sociedade, quais são suas atitudes em minimizar os impactos causados pelas suas atividades fins.

O processo de pesquisa está quase sempre cercado de ritos especiais, cujo acesso é reservado a poucos iluminados. Fazem parte desses ritos especiais certa trajetória acadêmica, domínio de sofisticadas técnicas, sobretudo de manejo estatístico e informático, mas principalmente o destaque privilegiado no espaço acadêmico... (DEMO, 2006, p.11).

A pesquisa tem grande importância para o curso de administração, por levar os acadêmicos ao conhecimento e compreensão dos fatos, desenvolve o senso crítico, cria o desejo por novas descobertas, através dos conhecimentos adquiridos possibilita a criação de

projetos e estudo que beneficie toda a sociedade além preparar o acadêmico para a vida profissional.

REVISÃO DE LITERATURA

A empresa que adota a ética e responsabilidade nos negócios precisa oferecer os melhores produtos e serviços do mercado sempre com qualidade, ter total transparência em seus negócios, cuidar para que não se esgote os recursos naturais e que suas atividades não degradem o meio ambiente, minimizado assim os impactos ambientais.

A maneira como as empresas realizam seus negócios define sua maior ou menor Responsabilidade Social Empresarial. O conceito da RSE está relacionado com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-se nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios. (ETHOS, SEBRAE, 2003, p.09).

Essa postura está ligada ao comportamento, atitudes e decisões que empresas tem em relação ao meio que estão inseridas e com o público que está ligado direta ou indiretamente aos seus negócios.

Houve um período em que produtos, serviços de qualidade e os menores preços do mercado eram suficientes para encantar os consumidores, nos dias atuais para ser uma organização competitiva ela precisa se preocupar além da qualidade em seus produtos e serviços, com o meio ambiente, recursos humanos, com a comunidade e inclusão social.

A responsabilidade social também é considerada, por muitos, uma influenciadora da imagem da organização. Assim, quando as práticas sociais são bem conduzidas, elas garantem a consolidação e o destaque da imagem da organização perante os *stakeholders*, afetando de forma positiva ou negativa essa relação. (MORCELLI & ÁVILA, 2016, p.20).

As organizações que estão se preocupando com sua imagem diante dos seus *stakeholders* estão conseguindo um retorno positivo, uma vez que o consumidor não adquire simplesmente o produto, ele compra a marca, o atendimento e a postura da empresa.

Foi no século XX que o poder social ascendente das empresas e a constituição de uma sociedade adequada aos negócios, não sem poucas crises, confirmaram-se de forma quase incontestável. As transformações no sentido de estabelecer uma globalização, animada pela supremacia dos autores de mercado e pelo encolhimento da autonomia dos Estados nacionais

a partir das últimas décadas desse século, indicam claramente o coroamento, pelo menos simbólico, do fenômeno. Esse processo não seria possível na escala verificada, tampouco os avanços tecnológicos que o sustentam, sem a concentração de capital, e sem a formação de oligopólios na quase totalidade dos diversos setores econômicos e sem uma ideologia que comportasse a derrubada ou afrouxamento de barreiras políticas, jurídicas e culturais ao livre mercado. (ASHLEY, et al, 2005, p.67).

Após esses acontecimentos nasceram milhares de organizações da sociedade civil como as associações de bairros, as associações de defesa dos consumidores, defesa do meio ambiente, ONGs, empreendedores e municípios.

No Brasil a propagação da ideia e do conceito de responsabilidade social das empresas é muito recente. As primeiras discursões remontam a meados da década de 1970, tendo como protagonista a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) Brasil cujo objetivo inicial era promover o debate sobre o balanço social. (ASHLEY, et al, 2005, p.69).

A ADCE- Brasil é uma entidade constituída de empresários cristãos, que tem como princípios básicos práticas estabelecidas pela doutrina social da igreja, suas atividades são vinculadas a responsabilidade e ao balanço social das empresas dirigidas pelos membros.

De acordo com (Ashley, 2005) o pioneirismo da ADCE- Brasil com intuito de promover atividades sobre a responsabilidades social da empresa marca de forma contundente a relevância de pensar a dinâmica social das empresas com mais intensidade no brasil. O que possibilitara um avanço na busca de uma consciência do empresariado em relação a suas responsabilidades sociais.

A partir dessa perspectiva as organizações promovem um discurso de politicamente correto, pautado na ética, implementando ações sociais que podem significar ganhos em condições de qualidade de vida. Mas muitas vezes sendo confundidos com *marketing* empresarial, fazendo com que as ações se desvinculasse da prática socialmente responsável.

Filantropia são ações para ajudar o próximo, através de caridade de alimentos, vestimentas, dinheiro, donativos itens de necessidades básicas. Voltados para as pessoas e comunidades normalmente onde o governo não presta assistência ou pelo simples fato de fazer o bem e se sentir bem consigo mesmo.

Algumas empresas começaram a praticar ações isoladas de caridade e ajuda humanitária, como forma de compartilhar parte dos lucros obtidos com os menos favorecidos. E o que era para ser algo discreto e beneficente, tomou rumos de ação de marketing, na medida em que as ações caridosas praticadas pelas empresas podiam ser espalhadas como notícias e incentivos ao consumo por parte dos consumidores que gostariam de ajudar alguém, mas

não dispunham dos meios necessários para isso. O ato de comprar e consumir passou então a ter contornos de ação beneficente, na medida em que cada produto era responsável por gerar certa parcela de lucro para a empresa, lucro este que poderia ser revertido em projetos e programas de ajuda para os menos favorecidos. (BRAGA, 2013, s/p).

A manifestação mais comum de filantropia é o voluntariado, quando a pessoa investe parte do seu tempo e atenção com outras pessoas para contribuir com uma causa solidária sem receber uma compensação financeira. Esse assistencialismo tem um forte senso de dever moral por parte de quem pratica, sem expectativa de receber algo em troca.

Em João Pinheiro grande parte das ações sociais ocorrem através de clubes e associações, que possuem características filantrópicas, os trabalhos realizados são voltados para pessoas com deficiência, meio ambiente, administração pública, famílias carentes, abrigos, asilos, escolas, hospitais e presídio.

Hoje algumas associações tentam com muito esforço, buscar a resolução dos problemas e sanar deficiência de uma população acomodada com a situação das dificuldades sociais e econômicas, no entanto o autor acredita que a parceria com as empresas terá um resultado mais positivo principalmente no que se refere a assuntos ambientais.

A diferença de Filantropia para responsabilidade social é que as ações de caridade traz ajuda imediata, fazer bem ao próximo, visando resolver problemas pontuais e emergenciais, mas os trabalhos de RSE tem efeitos de longo prazo para uma sociedade inteira, tem o compromisso de responder pelos seus atos no que diz respeito a produção e exploração dos recursos naturais e sociais, sempre se preocupando com a sobrevivência e rentabilidade da organização no mercado, sustentabilidade e a perpetuação da marca e qualidade de vida para seus *stakeholders*.

Tanto a Filantropia como a Responsabilidade Social rendem hoje uma boa imagem para as empresas e são capazes de alavancar as vendas, considerando um público cada vez maior de consumidores que buscam empresas que “devolvem” parte dos seus lucros para a sociedade. Uma mesma empresa pode ter ações de filantropia e de responsabilidade social, pois uma não elimina a outra, nem exclui a necessidade e a possibilidade de se implantarem programas e ações -específicos. De qualquer forma, cada empresa deve analisar o que é melhor para si: dar o peixe ou ensinar a pescar! (BRAGA, s/p, 2013).

Com a conscientização e inclusão da cultura de responsabilidade social nas empresas de João Pinheiro a sociedade estará mais comprometida e serão beneficiadas através dos diversos trabalhos desenvolvidos, voltados para a cidade e comunidade em geral.

Segundo (Borger,2013) a filantropia possui uma aceção negativa, uma vez que as ações de caridade e assistencialismo não trouxeram mudanças sociais e econômicas concreta para o desenvolvimentos da sociedade.

Em 1992, o ministério da educação e cultura (MEC) sugeriu formalmente que todos os cursos de administração, em nível de graduação e pós graduação incluíssem em seu currículo a disciplina de ética. Nessa ocasião, o Conselho Regional de Administração (CRA) e a Fundação Fides reuniram em São Paulo mais de cem representante de faculdade de administração, que, com boa disposição, comprometeram-se a seguir a instrução do MEC. (ARRUDA. WHITAKER, RAMOS, 2003, p. 59).

Após essa iniciativa várias faculdades de Administração incluíram a disciplina em seus currículos, dando a oportunidade aos acadêmicos de compreenderem sobre a ética empresarial para que possam aplicar de maneira assertiva não apenas nas organizações mas em toda as áreas da profissão administrativa.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na tentativa de responder a problematização desse estudo e entender os reais motivos e desafios encontrados pelos empresários em desenvolver trabalhos de responsabilidade social em suas organizações, foram aplicados 15 questionários para empresários e gestores associados da ACE, o questionário contem 9 questões, sendo 5 de múltipla escolha e 4 questões abertas, a escolha pela aplicação do questionário teve o intuito de causar a reflexão, analisar a interpretação, opinião e o ponto de vista do entrevistado em relação a RSE.

O questionário foi enviado por e-mail ou entregue em mão após contatos prévios com os respondentes. Houve uma boa aceitação por partes dos gestores, sendo 4 os casos de empresários que se recusaram a colaborar, mas em função da alegação de falta de tempo.

A primeira questão objetivou averiguar o percentual de entrevistados do sexo masculino e feminino ao qual possuem um papel de gestor dentro da organização.

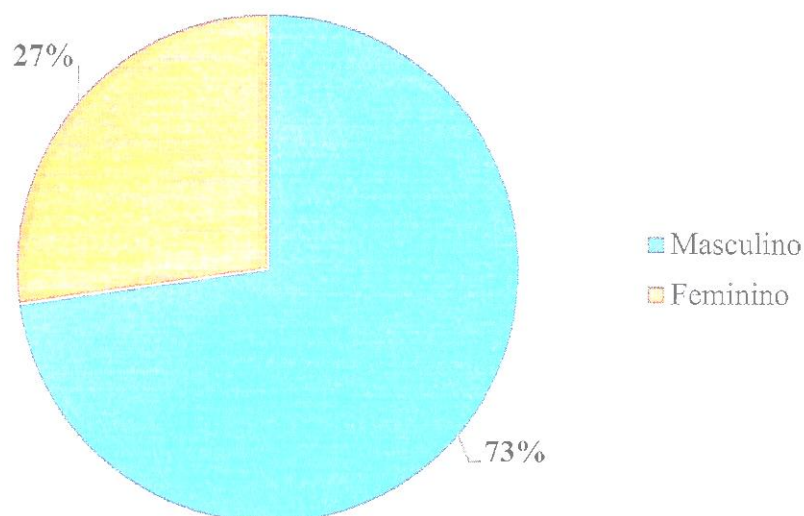


Gráfico 01: Perfil do entrevistado

Fonte: pesquisa Direta, 2017.

De acordo com os resultados apurados, o gráfico 01 apresenta que 73% dos respondentes são do sexo masculino e apenas 27% são do sexo feminino.

A segunda questão buscou identificar a faixa etária dos entrevistados, representados no gráfico abaixo:

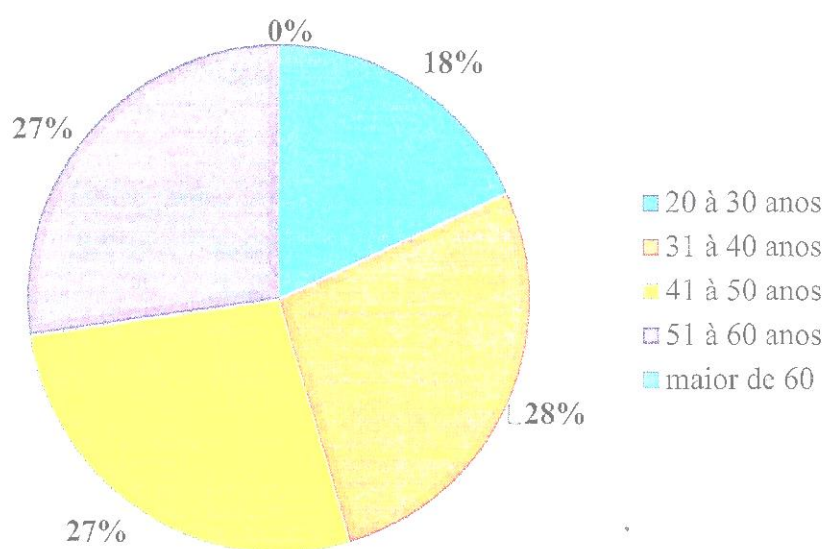


Gráfico 02- Idade

Fonte: Pesquisa Direta, 2017.

Conforme os resultados apurados no gráfico 02, apresenta que 18% dos entrevistados possuem de 20 a 30 anos, 28% de 31 a 40 anos, 27% de 41 a 50 anos, 27% 51 a 60 anos, 0% maior de 60 anos.

Terceira questão objetivou averiguar o grau de escolaridade dos entrevistados, como mostra o gráfico 03, representado abaixo:

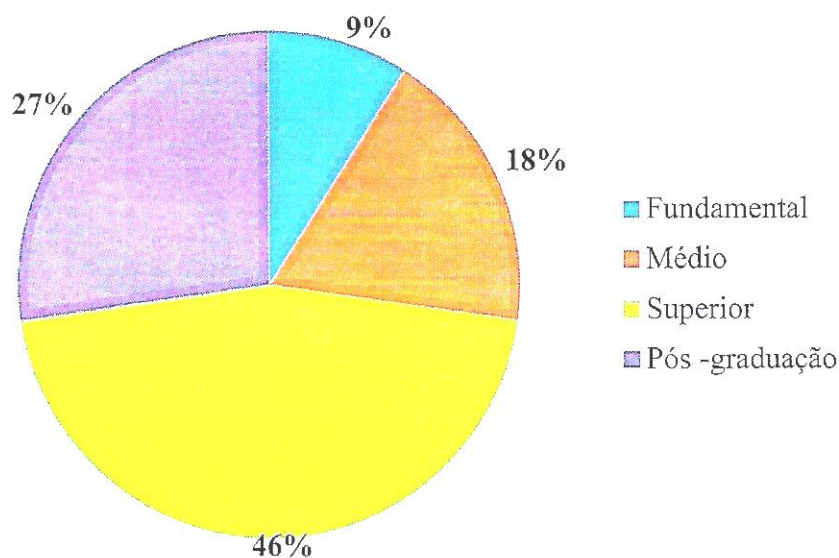


Gráfico 03 – Escolaridade:

Fonte: pesquisa Direta, 2017.

Identificou-se que 9% dos entrevistados possuem curso superior, 18% possuem ensino médio, 46% possuem curso superior e 27% são pós graduados.

A pesquisa mostra que a escolaridade dos entrevistados não influencia na prática da responsabilidade social, apesar de conhecerem na teoria sobre RSE não conseguem visualizar benefícios dessas ações para seu negócio.

A questão 04 objetivou identificar a renda mensal dos empresários, Como demonstra o gráfico abaixo:

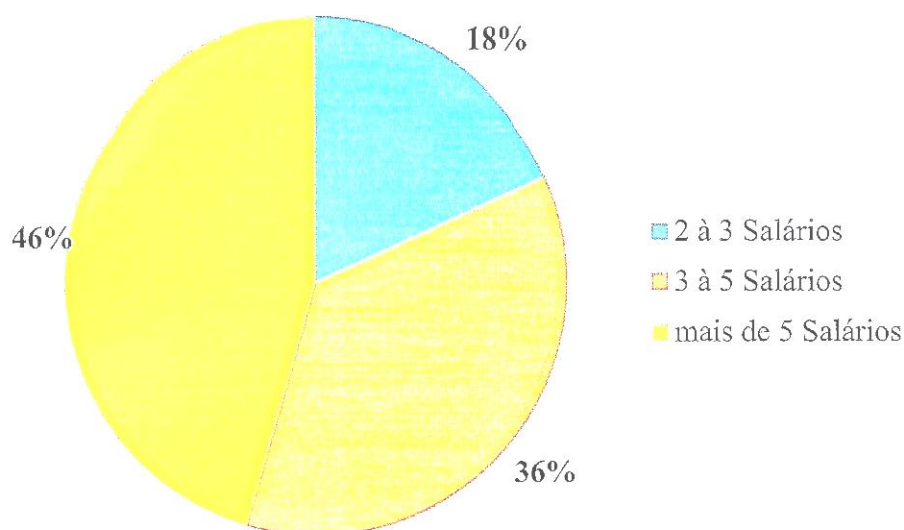


Gráfico 04- Sobre a renda mensal

Fonte: Pesquisa Direta, 2017.

De acordo com a pesquisa 18% dos entrevistados possuem uma renda de 2 a 3 salários, 36% 3 a 5 salários, e 46% possuem uma renda de mais de 5 salários.

A questão sobre renda salarial dos empresários mostra que a responsabilidade social tem a ver com a cultura local, visto que a maioria dos dirigentes colaboram para ações filantrópicas.

A questão 05 teve o intuito em de investigar junto aos empresários e gestores o que eles entendem como responsabilidade social. Segue abaixo as respostas:

Dever de retribuir a sociedade aquilo que nos é oferecido fornecendo oportunidades para que outros tenham oportunidades gerando um ciclo de crescimento. (Entrevistado - 1).

São ações desenvolvidas em prol de uma sociedade diminuindo os impactos negativos no meio ambiente e na sociedade. (Entrevistado - 2).

É o dever de buscar oportunidades de melhoramento da qualidade de vida das pessoas, tendo como canais principais cultura e educação. (Entrevistado - 3).

Responsabilidade social é um trabalho voluntário das empresas onde são adotado postura, comportamentos e ações que promovam o bem-estar dos seus públicos interno e externo. (Entrevistado - 4).

Quando as empresas visam o bem estar da sociedade e de seus funcionários. (Entrevistado - 5).

No meu entendimento Responsabilidade social é você contribuir para o crescimento das pessoas do meio onde você vive. (Entrevistado - 6)

São compromissos que membros de uma sociedade assumem buscando um bom convívio social, mantendo os interesses da comunidade acima dos interesses pessoais. No caso das empresas entendo que está ligado à conduta ética nos negócios, seja com fornecedor, cliente ou com a própria comunidade, apoiando o desenvolvimento e participando de ações que buscam o bem estar social. (Entrevistado - 7).

Oportunidade para pessoas, principalmente primeiro emprego. Respeitar normas e campanhas para conscientização. (Entrevistado - 8)

É quando uma empresa adota de forma voluntaria, comportamentos e ações que promovam o bem estar do público alvo. (Entrevistado - 9).

Responsabilidade social são ações das empresa que beneficiam a sociedade, são causas sociais determinantes para nossa comunidade. É uma forma de gestão que pode diminuir os impactos negativos no meio ambiente e comunidade. (Entrevistado -10).

São ações individuais ou coletivas adotadas de forma voluntária, com objetivos comuns e nas quais impactam os pilares sustentáveis, sendo o social, econômico e meio ambiente (estrutura física e/ou meio de vivência). Ações com finalidades de moldar pessoa (as) a terem uma ótica social, adotando comportamentos nas quais resultarão no bem estar do conjunto de pessoas e/ou instituições internas ou externas. (Entrevistado - 11).

O Instituto Ethos conceitua a responsabilidade social empresarial como a relação ética e transparente da empresa, com os valores que definem suas prioridades, os relacionamentos com todos os públicos com os quais se relaciona, com as decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios e respeito a diversidade e a redução das desigualdades sociais. (ETHOS, 2003, p.9).

De acordo com o resultado da pesquisa percebe-se que a maioria dos empresários possui um conhecimento superficial sobre RSE, no entanto não inseriram na rotina no planejamento da empresa ou em sua gestão.

A questão 06 teve objetivo de compreender sobre quais as maiores dificuldades encontradas pelos empresários para a aplicar a cultura de responsabilidade social nas empresas.

Alta burocracia governamental, falta de apoio político, e falta de interesse por parte dos colaboradores. (Entrevistado - 1).

Muitas vezes é falta de apoio da própria prefeitura e da sociedade. (Entrevistada - 2).

Às vezes é fazer com que os próprios colaboradores aceitem a ideia. (Entrevistado - 3).

Uma das dificuldades é o recursos financeiros, principalmente em momentos de crise, pois na grande maioria as ações gera custo para as organizações. (Entrevistado - 4).

A contribuição dos órgãos públicos são escassos. (Entrevistado - 5).

Na verdade são muitas, na era da crise em que vivemos, trabalhar para ajudar no crescimento das pessoas é muito complicado, trabalha-se mais pelo lucro. (Entrevistado - 6).

Conhecimento sobre o tema, interesse e incentivo por parte do poder público, pois muitos veem apenas como uma ferramenta de marketing, uma maneira de promover as empresas e não como uma forma de ajudar a desenvolver a comunidade. (Entrevistado - 7).

No caso do primeiro emprego seria o desinteresse das pessoas aproveitar a oportunidade. Com relação ao meio ambiente falta de contribuição e envolvimento dos colaboradores. (Entrevistado - 8).

“Arrecadar recursos; Aperfeiçoamento” (Entrevistado - 9).

“As empresas não podem apenas buscar lucros, claro que temos obrigações com a sociedade preservando o meio ambientes. Com ação e manutenção de esclarecer, assim neste cenário que estamos vivendo, temos dificuldades em conciliar a competição no mercado, corrupção e desonestidade. A informação é o mais essencial, é o que está faltando para muitos.” (Entrevistado 10-J)

A ausência de uma área específica e com ótica estratégica na organização, onde resultará no filtro consistente e na gestão das necessidades reais do conjunto interno (colaboradores) e externo (sociedade), onde permitiria a adoção das boas práticas de ações sociais. Maiores participações das governanças municipais, estaduais e chegando a espera federal, possibilitando incentivas as taxas especiais de impactos aos tributos

despendidos. Necessário inserir uma cultura eficiente na gestão organizacional e aos demais envolvidos para que seja necessária uma sinergia eficaz do propósito de ações sociais. (Entrevistado- 11 JE).

De acordo (INSTITUO ETHOS, 2003) Diversas organizações brasileiras desenvolvem práticas significativas de gestão socialmente responsável. Seu principal desafio tem sido o de encontrar o equilíbrio entre as exigências da competitividade, como baixo custo e alto padrão de qualidade, e a necessidade de garantir o desenvolvimento sustentável e considerar reivindicações da sociedade civil. Parte desse desafio consiste em traduzir o discurso, a boa vontade e a conscientização crescente dos dirigentes empresariais em prática efetiva de suas empresas, de forma permanente e estruturada.

O conceito teórico de responsabilidade social originou-se na década de 1950, quando a literatura formal sobre responsabilidade social corporativa aparece nos Estados Unidos e na Europa. A preocupação dos pesquisadores daquela década era com a excessiva autonomia dos negócios e o poder destes na sociedade, sem a devida responsabilidade pelas consequências negativas de suas atividades, como a degradação ambiental, a exploração do trabalho, o abuso econômico e a concorrência desleal. Para compensar os impactos negativos da atuação das empresas, empresários se envolveram em atividades sociais para beneficiar a comunidade, fora do âmbito dos negócios das empresas, como uma obrigação moral. BORGES, 2013, p.1).

Infelizmente há organizações que acreditam que os problemas sociais são unicamente responsabilidade do poder público, outros acreditam que são a falta de interesse dos colaboradores, a falta de cultura e participação da comunidade ou até mesmo a crise financeira que se encontra o país, fechando os olhos para os impactos de seu próprio negócio, sendo a responsabilidade social uma prática voluntária, muitos evitam assumir o compromisso com a sociedade, e anseiam que alguém tenha iniciativa de desenvolver, implantar as práticas e cultura de responsabilidade social na cidade de João Pinheiro.

A questão 07 buscou analisar se o dirigente acredita que a prática de responsabilidade social é um ponto positivo para as empresas de João Pinheiro.

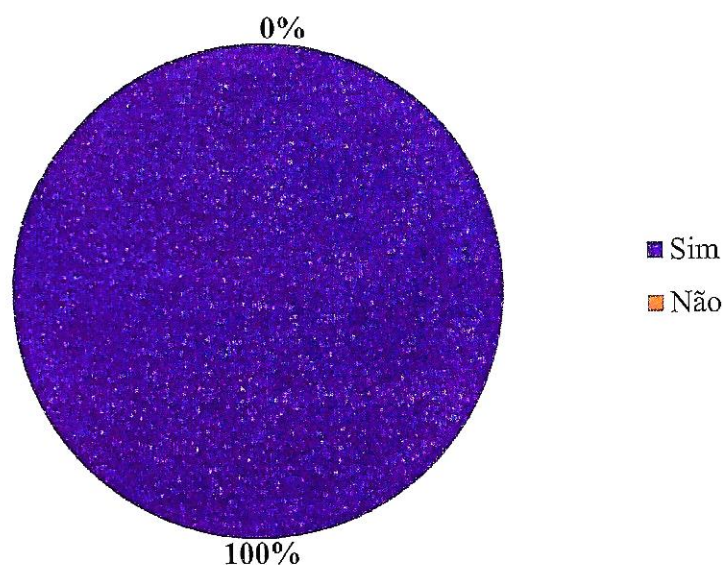


Gráfico 07- Acredita que a prática de responsabilidade social é um ponto positivo para as empresas de João Pinheiro?

Fonte: Pesquisa Direta, 2017.

O gráfico mostra que 100% dos entrevistados concordam que a RSE é uma ação positiva para a cidade. De acordo com (Rico, 2004) as empresas ao serem conhecidas como socialmente responsáveis tendem a conseguir um diferencial competitivo, tendo sua imagem valorizada, aumentando a motivação dos colaboradores no trabalho e atraí um número considerável de parceiros dispostos a colaborar com a causa social. Desenvolvendo consequentemente a comunidade local, preservando o meio ambiente e realizando um trabalho sustentável.

A questão 08 buscou saber do entrevistado se ele como empresa sente interesse em desenvolver algum trabalho que beneficie a sociedade? Em qual área?

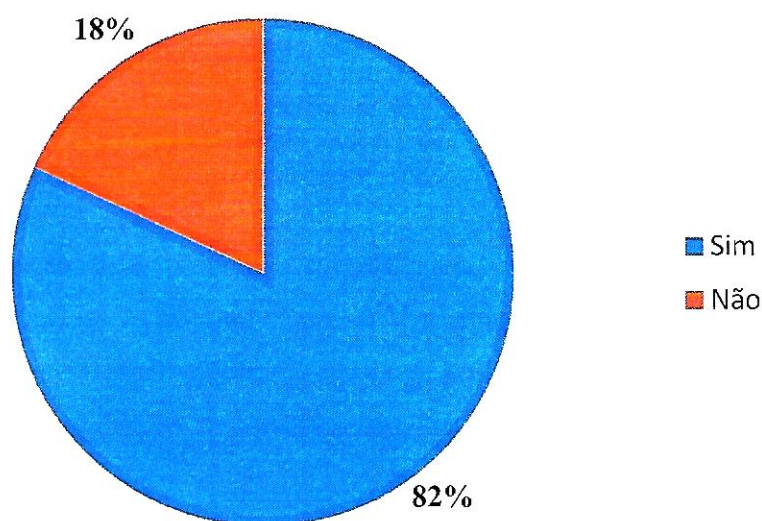


Gráfico 08 - Sente a necessidade ou interesse da sua empresa desenvolver algum trabalho que beneficie a sociedade?

Fonte: Pesquisa Direta, 2017.

O gráfico apresentou que 82% dos respondente responderam que sim e 18% não tem interesse em desenvolver trabalhos sociais.

Com base na questão anterior, onde a maioria afirmou que sente interesse em desenvolver a pratica social em suas empresas, questionou-se as sugestões dos dirigentes sobre em que área seria importante desenvolver um trabalho social:

Educação e a base para que a sociedade se desenvolva. (Entrevistado - 1).

Por exemplo; os lixos nas ruas que causam mal cheiro além da sujeira que os cachorros fazem. Faltam lixeira nas ruas. Às vezes as pessoas ficam com lixo na mão procurando uma lixeira e não encontram. (Entrevistado - 2).

Nós participamos de quase todos os eventos através escolas, grupos de serviços, loja maçônica, igrejas e mesmo p/ trabalho interno ACE e ADESJOP. (Entrevistado - 3).

A empresa já desenvolve. (Entrevistado - 5).

Talvez na área do crediário, para que as pessoas possam comprar, gerar lucros e não se endividar. (Entrevistado - 6).

Educação ou meio ambiente. (Entrevistado - 7).

Em abrigos, voltado ao público infantil. (Entrevistado - 9).

Sim, não apenas para Joao Pinheiro como para todos, nós precisamos de tempo e muita informação, para que todos juntos possamos adaptar e entender os processos. (Entrevistado - 10).

Hoje a organização já realiza diversas ações sociais de grandes expressões. Porém, faz se necessário, maiores participações nas questões de meio ambiente (conjunto da ecologia e da fauna) e em atividades nas quais terão ações diretas na formação de potenciais talentos e capacitações aos público adolescentes/jovem. (Entrevistado – 11).

Educação é a porta de entrada para o mundo do trabalho e mesmo sendo responsabilidade do Estado, as empresas têm condições de atuar na conscientização junto a população, disseminando a cultura através de um modelo de gestão de negócios socialmente responsável, promover o desenvolvimento da comunidade, reduzindo ações de doação e filantropia.

As organizações empresariais têm como tendência financiar atividades, dando referência àquelas relacionadas com os bens e serviços que produzem ou comercializam. Hoje há uma preocupação no sentido de avaliar até que ponto as práticas de responsabilidade social de uma empresa são percebidas pelo consumidor e reforçam a sua marca e como desenvolver um planejamento integrado no qual as ações sociais sejam incorporadas à valorização da marca da empresa. (RICO,2004, p.74)

A pesquisa revela que os gestores já realizam ou tem o interesse de contribuir para algumas atividades. Há em João Pinheiro associações que já desenvolvem algumas ações citadas acima, que necessitam do apoio e contribuição das organizações para tornar esses trabalhos mais eficientes, mas que muitas vezes recebem apenas a atenção ou apoio merecido. Podemos citar algumas delas como exemplo: Abrigo Carla Alves de Queiroz, Abrigo Santana e Associação Natureza Viva.

A questão 09 objetivou averiguar o interesse do gestor em relação a trabalhos que podem vir a acontecer ou se houvesse algum incentivo por parte da Prefeitura ou por parte da Associação Empresarial de João Pinheiro, se participaria como empresa?

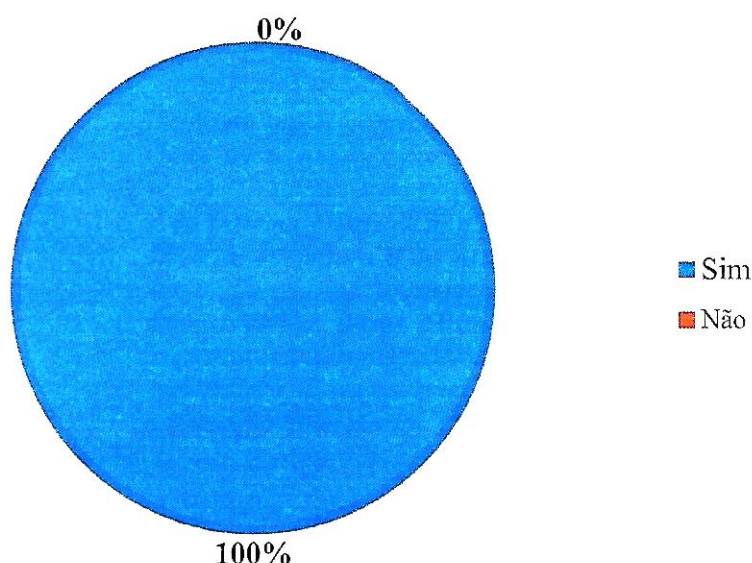


Gráfico 09 Se houvesse algum incentivo por parte da Associação Empresarial de João Pinheiro, você como empresa participaria?

Fonte: Pesquisa Direta, 2017.

O gráfico apresenta que 100% dos entrevistados participariam de ações realizadas pela prefeitura ou pela ACE.

Baseado na questão anterior onde todos os respondentes mostraram interesse em participar de ações sociais, questionou-se também suas sugestões de ações para a sociedade:

Fomentar a educação infantil e profissionalização da mão de obra da cidade, com foco na conscientização da classe trabalhadora da necessidade constante de aprimoramento para que haja desenvolvimento individual e consequentemente desenvolvimento da cidade como um todo. (Entrevistado-1).

A colocação de pelo menos uma lixeira em cada esquina e conscientização para as pessoas quanto os horários do caminhão que recolhe os lixos. (Entrevistado-2).

Acho que sempre teve interesse de ambas principalmente ACE, talvez precisa é mais participação e reconhecimento da população. (Entrevistado-3).

Na área do crediário, para que as pessoas possam comprar, gerar lucros e não se endividar.” (Entrevistado-6).

Cursos de capacitação profissional, ações de arborização, conscientização de coleta de lixo, entre outros. (Entrevistado-7).

A Prefeitura investir em cursos profissionalizantes para preparar as pessoas para iniciar no mercado de trabalho, tendo como tema atendimento ao cliente, educação para utilização de redes sociais, noções básicas de

informática, digitação e redação voltadas às atividades empresariais.” (Entrevistado- 8).

De forma que a própria prefeitura ou ACE incentive, palestra, promoções ajuda que alcancem a população em geral. (Entrevista 9).

É de extrema necessidade a adoção das boas práticas de cunho social por parte da Prefeitura e da Associação Empresarial de João Pinheiro. Pois dessa forma, os mecanismos citados, instigariam, incentivariam e desenvolveriam novas educações e culturas nas quais permitem que as organizações estejam entendendo, praticando e gerando valores para a sociedade. Valores nas quais são de interesse em comum da Prefeitura e da Associação Empresarial. (Entrevistado-11).

Segundo (Ashley, 2005) as empresas que obtêm benefícios, representados por melhor visibilidade, maior demanda e valorização de suas ações, menor custo de capital, preferência dos investidores na seleção de seus investimentos, diferenciação pelos consumidores _ que estão começando a dar preferência a empresas socialmente responsáveis na hora da compra_, criação de novos produtos, fortalecimento interno, *goodwill* e sustentabilidade dos negócios o que também cria valor para a empresas na forma de vantagens competitivas, representadas por maior retorno, maior valor e maior produtividade.

A RSE requer planejamento para ser parte do modelo de gestão dos negócios, devendo ser repassada não só a direção mas em todos os níveis hierárquicos, é necessário programação e execução elaborados por área competente, respeitando os valores e missão da empresa.

A organização possui diversas áreas de atuação de responsabilidade, indicadores que podem direcionar os trabalhos de RSE, as empresas podem tanto desenvolver ações sociais quanto ou cooperar com prestadoras de serviços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado tem se tornado cada vez mais competitivo, suas incertezas e oscilações levam as empresas a buscarem um diferencial, fazendo com que a sociedade seja seu foco principal. Ser socialmente responsável tem sido um desafio para as empresas e ao mesmo tempo um ponto crucial para a sua sobrevivência.

O objetivo deste estudo foi descrever e analisar a importância da RSE na percepção dos empresários de instituições privadas de João pinheiro. Notou-se que todos os empresários e pesquisados possuem conhecimento teórico sobre a RSE, mas apenas uma minoria conhece realmente essa prática e aplica em sua gestão. A cultura inserida nas organizações da cidade de João pinheiro são ações filantrópicas.

Conclui-se que a maioria das organizações não tem envolvimento direto com programas e ações sociais, pois não possuem programas montados e bem definidos. Alguns empresários não conseguem visualizar ganhos significativos para suas atividades, em termos de valorização de imagem ou diferencial competitivo, advindos da RSE.

Algumas organizações apontam o custo e a falta de incentivo por parte da prefeitura como fatores limitadores a estruturação de um programa de investimento social. Outras não veem a responsabilidade social como algo tão prioritário ao seu negócios, como são o gerenciamento de caixa, a carga tributária e o controle de estoque.

É possível iniciar a prática de responsabilidade dentro de casa, eliminando desperdícios, melhorando processos de trabalhos e escolhendo insumos minimizando a poluição, além de fornecedores e parceiros politicamente corretos.

O Instituto Ethos desenvolver para as micro e pequenas empresas um manual passo a passo e uma ferramenta inovadora chamada de indicadores Ethos, ao qual possui o objetivo de orientar, envolver e disseminar a cultura social dentro das empresas.

Para inserir a cultura em João Pinheiro foi sugerido a ACE um projeto baseado nos indicadores Ethos, adaptado a realidade das empresas da cidade, para conscientizar e desenvolver os gestores a aplicarem em suas rotinas.

As mudanças necessárias do cenário encontrado nas organizações estão nas mãos dos administradores que estão sendo inseridos no mercado e dos consumidores em exigir tal postura das empresas e dos produtos adquiridos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, M.C.C; WHITAKER, M.C; RAMOS, J.M.R. **Fundamentos de ética empresarial e economia**, 3ª ed. São Paulo. Atlas, 2003.

ASHLEY, Patrícia Almeida. et al. **Ética e Responsabilidade social nos negócios**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2005. Bibliografia: ISBN 978-85-02-05067-9.

BRAGA, Priscilla Ramos. **Filantropia X Responsabilidade-Social**. 30 julho 2013. Disponível em <<https://administracaocriativa.wordpress.com/2013/06/30/filantropia-x-responsabilidade-social/>> Acesso: 04 novembro de 2017.

Demo, Pedro. **Pesquisa princípio científico e educativo**. 12ª.Ed. São Paulo: Cortez 2006 (Biblioteca da educação. Serie 1. Escola; v.14).ISBN 85-249-0282-5.

EON, Fábio. **O que é responsabilidade social?** Revista ResponsabilidadeSocial.com, 2015. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>> Acesso em: 20 abril de 2017.

FONSECA.V.A; **Responsabilidade Social Empresarial uma proposta de análise**, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<https://uva.br/sites/all/themes/uva/files/pdf/artigo-responsabilidade-social-empresarial.pdf>>acesso: 15/11/2017.

MORCELLI, Aier Tadeu. ÁVILA, Lucas Veiga. **Responsabilidade social**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico: Rede e-Tec Brasil, 2016. 86 p.: il.; 28 cm, ISBN: 978-85-9450-000-7.

RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o estado, Uma aliança para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo em perspectiva,2004-, Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n4/a09v18n4.pdf>> Acesso em: 10 março de 2017.

SOVINISKI, Marcos. **O novo perfil do administrador frente a Responsabilidade Social das empresas**. São Paulo 1 de junho de 2006. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-novo-perfil-do-administrador-frente-a-responsabilidade-social-das-empresas/12319/>> Acesso em: 04/03/2017
SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial: A gestão da Reputação**. 2.ed Rio de Janeiro: Elsevier,2003-3ª reimpressão. IBSN: 85-352-1173-X.

ANEXO



CURSO ADMINISTRAÇÃO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC II

CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Prezado(a):

O presente questionário é parte da pesquisa de TCC denominada: Responsabilidade Social nas Empresas de João Pinheiro-Mg. Realizada pela acadêmica Iara Maria Soares da Silva, com intuito de coleta de dados. Estas informações serão fornecidas para subsidiar sua participação voluntária neste estudo, que visa entender e inserir a prática de responsabilidade Social empresarial.

Em qualquer etapa do estudo, você terá acesso ao investigador para esclarecimento de eventuais dúvidas. Contato: (38) 9 97427866, endereço eletrônico:soaresiara322@yahoo.com.br

As informações obtidas serão analisadas, não sendo divulgada a identificação de

nenhum participante. Fica assegurado, também, o direito de ser mantido atualizado sobre os resultados parciais da pesquisa.

Comprometo-me, como pesquisador utilizar os dados e o material coletados somente para esta pesquisa.

QUESTIONÁRIO:

Perfil do entrevistador:

1- Sexo:

Masculino

Feminino

2- Idade:

20 a 30

41 a 50

maior de 60

31 a40

51 a 60

3- Escolaridade:

Ensino fundamental

Médio

Superior

Pós graduação

4- Renda

De 2 a 3 salários

3 a 5 salários

mais de 5 salários

5- O que você entende como responsabilidade social?

6- Quais as maiores dificuldades encontradas pelos empresários para a aplicar a cultura de responsabilidade social nas empresas?

7- Acredita que a prática de responsabilidade social é um ponto positivo para as empresas de João Pinheiro?

Sim

Não

8- Sente a necessidade ou interesse da sua empresa desenvolver algum trabalho que beneficie a sociedade? Em qual área?

Sim

Não

9- Se houvesse algum incentivo por parte da Associação Empresarial de João Pinheiro, você como empresa participaria? O que você sugere?

Sim

Não
