

Eixo Temático ET-01-012 - Gestão Ambiental

A RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO DIFERENCIAL NA GESTÃO EMPRESARIAL: CAMINHO PARA A SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOSSuênya Freire do Monte Santos¹, Filipe Almeida Silvestre², Júlio César Justino de Assis³

¹Profª. do Curso de Bacharelado em Administração - FMN, Unidade Campina Grande-PB. E-mail: suenya.freire@gmail.com; ²Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração, Faculdade Maurício de Nassau - FMN, Unidade Campina Grande-PB. E-mail: filipe_silvestre@hotmail.com; ³Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração, Faculdade Maurício de Nassau - FMN, Unidade Campina Grande-PB. E-mail: juliocesar_cg06@hotmail.com.

RESUMO

A Responsabilidade Social Empresarial - RSE é um dos temas que permeia o ambiente dos negócios, pois traz a tona a importância de produzir hoje, preservando a capacidade das gerações futuras. O objetivo geral desta pesquisa é identificar as ações de RSE, desenvolvidas por um engenho produtor de cachaça, situado no Brejo Paraibano. No que diz respeito à caracterização da pesquisa pode-se classificá-la quanto aos fins como exploratória e descritiva, quanto aos meios, como bibliográfica e um estudo de caso, com utilização da técnica da observação sistemática das variáveis adotadas na pesquisa de forma não participante. Em relação à abordagem, se deu de forma quantitativa e qualitativa, no universo de produção de cachaça e população amostral constituída de um engenho do Brejo Paraibano. Para o levantamento dos dados foi utilizado um roteiro de observação, e construído um *check List*, com base nos indicadores de RSE do ETHOS- SEBRAE para pequenas e médias empresas. Chegou-se à conclusão de que a presente empresa apresenta ações de RSE se destacando de algumas do mesmo setor na região, mas ainda não atende a todas as dimensões dessa categoria.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; Indicadores; Gestão.

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais as questões relacionadas à responsabilidade social tem ganhado evidência na sociedade, sendo um fator de observação e cobrança da população que gradativamente vem educando-se para as ações de responsabilidade social, tornando-se mais consciente sobre o tema e conseqüentemente cobrando mais ações do setor empresarial, condizentes com a demonstração de Responsabilidade Social Empresarial – RSE em seus atos, para com a sociedade.

Não é diferente no setor de agronegócios. No Brasil o setor de agronegócios é o que o que mais cresce e apresenta indicadores de expansão. Assim, as ações de Responsabilidade Social Empresarial – RSE começam a serem cobradas deste setor, de modo que o mesmo possa apresentar para a sociedade ações que venham denotar sua

atuação além das obrigações legais, tendo em vista que as ações do setor de agronegócios causam impactos diretos na sociedade, envolvendo as dimensões: sociais, ambientais, econômicas, políticas e demográficas, o que corresponde as mesmas dimensões do desenvolvimento sustentável.

Para que os empreendimentos possam desenvolver-se com sustentabilidade é preciso que atendam as premissas de serem: financeiramente viáveis, socialmente responsáveis e ecologicamente corretas.

Na Paraíba um setor do agronegócio que cada dia ocupa um novo indicador no mercado é o setor de produção de cachaça, sendo este apresentado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE, como um dos arranjos produtivos locais do estado Paraíba, localizado na região do Brejo Paraibano. Este setor vem se modernizando e reconfigurando a forma de produção da cachaça que vem ganhando força no mercado e aumentado a sua produção de forma otimizada, possibilitando o crescimento e desenvolvimento do negócio sem o aumento dos impactos ambientais.

Porém, como esses empreendimentos de produção de cachaça estão valorizando a responsabilidade social?

Questiona-se a atuação desses empreendimentos com relação as suas ações que evidenciem a sua responsabilidade perante a sociedade. O que demonstra a necessidade de estudos que apresentem informações da atuação deste setor, permitindo assim, traçar um panorama deste cenário no Estado da Paraíba/PB.

Deste modo, tem-se como objetivo geral desta pesquisa a identificação das ações de Responsabilidade Social Empresarial – RSE, desenvolvidas por um engenheiro produtor de cachaça, situado no Brejo Paraibano. Para tanto, definiu-se como objetivos específicos listar as ações de Responsabilidade Social Empresarial – RSE desenvolvidas pelo empreendimento, bem como a verificação do desenvolvimento destas ações *in loco*, buscando-se conhecer melhor esta realidade.

Tendo em vista que a responsabilidade social é um tema em evidência e que as suas ações impactam diretamente a sociedade, se faz importante identificar no meio onde as empresas estão inseridas as medidas que as mesmas adotam e os seus impactos na sociedade local.

O grande desafio será encontrar no, Brejo Paraibano, empreendimento do setor produtor de cachaça que esteja disposto a permitir o acesso e a divulgação de suas ações.

As informações apresentadas poderão contribuir para o melhor desempenho da sociedade que terá acesso a novos dados para observar e cobrar mais desse setor, bem como para as demais empresas do setor produtor de cachaça que poderão comparar os seus resultados com os resultados encontrados e assim, avaliar e definir ações que melhor caracterizem a sua Responsabilidade Social Empresarial – RSE. Também contribuirá para o meio acadêmico que começa a despertar para a importância do setor de produção de cachaça de forma mais eficiente, com uma produção mais limpa e uma maior responsabilidade pelo meio ambiente utilizado, bem como para sociedade que direta ou indiretamente é impactada pelas suas ações.

REVISÃO DA LITERATURA

No Brasil a responsabilidade social começa a ser discutida ainda nos anos 60 com a criação dos dirigentes cristãos de empresas, mas foi a partir da década de 80 que

as empresas começaram a perceber que deveriam participar de ações sociais, onde muitas delas foram encabeçadas pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. Também foram criadas instituições como o instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social, cujo objetivo é disseminar a prática social corporativa (PINHEIRO, 2001).

Segundo Martins (2008), cinco fatores estão na origem e evolução do conceito de responsabilidade social e ambiental: globalização acelerada; as ameaças de crescimento rápido da pobreza e exclusão; o avanço do conceito de redes, induzido pelas tecnologias de informação e comunicação; crescimento da consciência ambiental; e a exigência por ética.

Essas transformações e cobranças por parte da sociedade têm alterado profundamente o comportamento de empresas que estavam acostumadas exclusivamente à maximização do lucro, e agora se deparam com um novo cenário onde será preciso que as empresa se preocupem também com os impactos que ela causa a sociedade e ao meio ambiente, sendo assim preciso que as mesmas invistam em ações que sejam mais eficientes, mas econômicas e que sejam socialmente aceitáveis, velando pela imagem da organização e sua responsabilidade pelas ações realizadas.

De acordo com Kapaz (2004), Responsabilidade Social nas empresas significa uma visão empreendedora mais preocupada com o entorno social em que a empresa está inserida, ou seja, sem deixar de se preocupar com a necessidade de geração de lucro, mas colocando-o não como um fim em si mesmo, mas sim como um meio para se atingir um desenvolvimento sustentável e com mais qualidade de vida.

A gestão da Responsabilidade Social Empresarial- RSE interna é a que esta ligada diretamente com as atividades empresariais. Segundo Melo Neto (1999), estão nesse grupo o público interno da empresa e seus dependentes. E quanto ao meio ambiente a organização é socialmente responsável, quando evita o desperdício, procura utilizar a reciclagem sempre que possível, tenta minimizar o consumo de recursos não renováveis, e utilizar o uso alternativo de refugos de produção (Instituto ETHOS, vários autores, 2003).

Para Ciro Torres (2000), as empresas que pagam baixos salários, não investem na educação e no progresso de seus próprios funcionários, e não cuida com a saúde e alimentação da equipe, tendem a ter funcionários, mal-humorados, faltosos, o que acarreta num desperdício de matéria prima e baixa produtividade, comprometendo a qualidade dos produtos e serviços.

Segundo Melo Neto (1999), os agentes da responsabilidade social externa são a comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela esta situada, a Responsabilidade Social Empresarial – RSE externa envolve fornecedores, consumidores, a comunidade e o meio ambiente ligado aos resíduos da produção. Sua gestão e dada através de ações sociais voltadas para área de educação, saúde, assistência social e ecologia, visando um maior retorno social, de imagem, publicitário e para seus acionistas. Cabe as empresas socialmente responsáveis conscientizar a comunidade sobre questões ecológicas, e fazer projetos que permitam a interação sadia entre a comunidade e o meio ambiente.

Nos últimos anos, a responsabilidade social vem tornando-se foco no discurso organizacional. Cada vez mais se procuram métodos de medir a eficácia das Ações Sociais – AS, das empresas, para que tomadores de decisão nas empresas e *stakeholders* saibam como estão as organizações de seus interesses diante dos aspectos socioambientais.

Na nova economia, padrões quantitativos e qualitativos de produção já não são suficientes para que a sociedade possa avaliar a competência organizacional e decidir pela sua sobrevivência e crescimento. Novos valores sociais têm sido agregados aos critérios de julgamento, fazendo com que as organizações sejam obrigadas a incluir outras dimensões ao seu desempenho desejável (PINTO, 2008. p. 73).

No Brasil, o Instituto ETHOS, que é o representante nacional do *Global Reporting Initiative – GRI*, desenvolveu uma série de indicadores para avaliar a responsabilidade social das empresas. Estes indicadores estão divididos em sete dimensões, conforme Tabela 1 abaixo, cada uma contando com uma série de perguntas que servem para alocar as ações da empresa diante de um *bench marketing* formado por um grupo de empresas. Assim, a empresa pode saber qual o seu nível em relação a outras empresas (OLIVEIRA, 2008).

Tabela 1. As sete diretrizes da responsabilidade social empresarial.

Dimensões	Variáveis
1. Valores e transparência	Visão e Missão
	Ética e Transparência
	Direitos Humanos
2. Público interno	Local de trabalho
	Diversidade
	Assédio sexual
	Desenvolvimento profissional
	Delegação de poderes
	Gestão participativa
	Remuneração e incentivo
	Demissões
	Trabalho em família
	Saúde, bem-estar e segurança
3. Meio ambiente	Política e operações
	Maximização de resíduos
	Prevenção da poluição
	Uso Eficiente da água
	Projeto Ecológico
4. Fornecedores	Parcerias
5. Consumidores e clientes	Produtos e Serviços
6. Comunidade	Geral
	Educação
	Filantropia
7. Governo e sociedade	Posicionamento Político
	Participação

Fonte: Adaptado do Instituto ETHOS (2003).

De acordo com o instituto ETHOS (2003), a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) tornou-se um fator de competitividade para os negócios. No passado, o que identificava uma empresa competitiva era basicamente o preço de seus

produtos. Depois, surgiu a questão da qualidade, mas ainda focada nos produtos e serviços. Hoje, as empresas devem investir no permanente aperfeiçoamento de suas relações com todos os públicos dos quais dependem e com os quais se relacionam: clientes, fornecedores, empregados, parceiros e colaboradores. Isso inclui também a comunidade na qual atua o governo, sem perder de vista a sociedade em geral, que construímos a cada dia.

Portanto, avaliar a ação social das empresas no Brasil tem se tornado uma prática em expansão, buscando cada vez mais diminuir a distância entre a retórica e a prática das empresas no campo da Responsabilidade Social Empresarial- RSE.

A pequena empresa que adota a filosofia e práticas da RSE tende a ter uma gestão mais consciente e maior clareza quanto à própria missão. Consegue um melhor ambiente de trabalho, com maior comprometimento de seus funcionários, relações mais consistentes com seus fornecedores e clientes e melhor imagem na comunidade. Tudo isso contribui para sua permanência e seu crescimento, diminuindo o risco de mortalidade, que costuma ser alto entre os novos negócios. (ETHOS, 2003, p. 8).

As diferentes formas de aproximação sugerem que o geralmente aceito como responsabilidade social varia em diferentes sociedades em função de suas características culturais e econômicas, e também se altera no decorrer do tempo, mostrando a necessidade da constante revisão de valores e políticas adotadas pelas empresas, bem como a busca de um desenvolvimento sustentável para os empreendimentos empresariais, “colocando a responsabilidade focada em ações que gerem resultados efetivos de desenvolvimento socioambiental sustentável” (MACHADO FILHO, 2006, p. 166).

Para que se possam averiguar os efeitos deste desenvolvimento é prudente que seja levado em consideração à análise dos indicadores, tendo em vista que os indicadores apresentam-se como uma ferramenta que proporcionará informações precisas para o acompanhamento das ações que nortearão o desenvolvimento, levando em consideração as diversas variáveis envolvidas no processo e que influenciarão o desenvolvimento socioambiental sustentável.

De acordo com Fernandes (2004), a tarefa básica de um indicador é expressar, da forma mais simples possível, uma determinada situação que se deseja avaliar. O resultado de um indicador é uma fotografia de dado momento, e demonstra, sob uma base de medida, aquilo que está sendo feito, ou o que se projeta para ser feito.

O uso de indicadores é uma das formas de se medir e avaliar a qualidade de produtos, processos e clientes. No entanto, o uso de um sistema de indicadores requer uma estruturação dos indicadores, da forma de coleta, processamento e análise, da mão-de-obra e utilização dos resultados.

Para tanto, nos deteremos um pouco mais na análise dos indicadores, buscando-se as contribuições que esta ferramenta pode oferecer para o entendimento do tema geral.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Lucena (2006) na metodologia se define, de forma clara, a maneira como a pesquisa foi realizada, compreendendo os aspectos operacionais

(técnicas de coletas de dados, amostragem e tratamento), como também, os aspectos subjacentes à pesquisa (método científico e análise realizada).

Com o intuito de se classificar a pesquisa, tomam-se por base os conceitos apresentados por Vergara (2004), a qual qualifica o presente trabalho sob a ótica de dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a presente pesquisa será exploratória, pois não se verificou, anteriormente, a existência de estudos acerca das ações de Responsabilidade Social Empresarial – RSE deste empreendimento, o qual o presente trabalho tem a intenção de abordar, com o intuito de informar e de promover ao empreendimento um *feedback* de suas ações, a fim de poder melhorar o que for deficiente e ampliar aquilo que já estiver satisfatório dentro do seu sistema. A presente pesquisa também se caracteriza como descritiva, pois visa descrever percepções, expectativas e sugestões dos sujeitos alvo da pesquisa acerca do assunto. Quanto aos meios, a pesquisa será bibliográfica, pois serão utilizados obras e periódicos já publicados acerca do tema. E também se classifica como estudo de caso, pois buscou-se através de visitas *in loco*, melhor compreender a forma de atuação do empreendimento, mergulhando no sua rotina diária, para assim aprofundar-se de maneira a permitir um amplo detalhamento do conhecimento de sua rotina, bem como se utilizará da técnica da observação sistemática das variáveis adotadas na pesquisa de forma não participante.

Em relação à abordagem da pesquisa podemos dizer que ela é mista, pois foram usados procedimentos quantitativos e qualitativos. Segundo Lucena (2006, p.18) a pesquisa qualitativa atende a necessidade de aprofundamento nas percepções dos entrevistados, e a pesquisa quantitativa busca mensurar através de indicadores o nível dessas ações. Estímulos sistemáticos são capazes de levantar informações ligadas ao subconsciente dessas pessoas, como as motivações, necessidades, atitudes e valores sem o disfarce da racionalização.

Quanto ao universo da pesquisa será o setor de produção de cachaça e a população amostral será constituída de um engenho do Brejo Paraibano. A amostra foi caracterizada como não probabilística por tipicidade. Os sujeitos desta pesquisa foram os colaboradores do engenho, tanto da zona urbana quanto da zona rural. Seu critério de escolha foi o fato de que esses personagens se tornam peças-chaves para a pesquisa, visto que conhecem bem as necessidades desse tipo de empreendimento e os impactos que eles causam ao meio ambiente e a comunidade local, podendo estes reivindicar por essas necessidades diretamente. Segundo Vergara (2004), “os sujeitos da pesquisa são as pessoas que forneceram os dados de que se necessita”.

INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Inicialmente desenvolveu-se uma pesquisa bibliográfica, através de livros e periódicos para o embasamento teórico, buscando-se assim compreender melhor como funciona o setor do Agronegócio que lida com a produção de cachaça, bem como quais os benefícios e os impactos sociais que o mesmo pode trazer para a sociedade. Para o levantamento dos dados na pesquisa de campo foi utilizados um roteiro de observação, e construído um *check list*, no intuito de coletar dados para análise das ações de Responsabilidade Social Empresarial - RSE apresentada pelo empreendimento.

As variáveis relacionadas à pesquisa foram selecionadas tendo como base o documento de Indicadores ETHOS-SEBRAE de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas, elaborado em 2003 e revisado em 2006, com a

finalidade de proporcionar uma ferramenta que auxilie no processo de aprofundamento do comprometimento com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável por parte das micro e pequenas empresas. Deste modo, definiram-se as variáveis citadas na Tabela 2, abaixo listado.

Tabela 2. Demissões da Responsabilidade Social Empresarial – SER.

Dimensão	Indicadores	Sim	Não
Valore, transparência e governança.	1. Compromissos éticos 2. Práticas anticorrupção 3. Governança corporativa	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Público interno	1. Cuidado com saúde, segurança e condições de trabalho 2. Valorização da diversidade e promoção da equidade 3. Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Meio Ambiente	1. Gerenciamento dos impactos sobre o meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços. 2. Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental 3. Educação e conscientização ambiental.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Fornecedores	1. Critérios de seleção e avaliação de fornecedores 2. Responsabilidade dos fornecedores 3. Apoio ao desenvolvimento de fornecedores	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Consumidores e Cientes	1. Excelência do atendimento 2. Política de comunicação comercial 3. Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Comunidade	1. Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade do entorno 2. Envolvimento da empresa com a ação social 3. Participação comunitária	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Governo e sociedade	1. Participação e influência social 2. Participação e acompanhamento das administrações públicas 3. Melhoria dos espaços públicos e apoio a iniciativas sociais governamentais	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Fonte: Adaptado de Indicadores ETHOS-SEBRAE de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas, agosto 2015.

O instrumento que permitiu com que fossem coletados os dados durante a fase da pesquisa foi um roteiro de pesquisa e um *check list*, contendo 21 questões, divididas nas sete dimensões apresentadas no documento de indicadores ETHOS- SEBRAE de

Responsabilidade Social Empresarial- SER, com o objetivo de compreender os aspectos que estruturam e dirigem o presente trabalho, no intuito de trazer a tona informações e conhecimento do tema em questão.

O presente instrumento é formado por uma lista de indicadores que serão observados a sua existência ou ausência na conduta do empreendimento caracterizado conforme Lakatos e Marconi (1999, p.114), com questões pertinentes ao objetivo desta pesquisa e que se propõem a ajudar a analisar as ações e o alcance de Responsabilidade Social Empresarial- SER do empreendimento. É um roteiro semiestruturado de observações com a finalidade de identificar as ações promovidas pelo empreendimento e o seu desenvolvimento no dia- a- dia da empresa, bem como a percepção dos colaboradores e da comunidade no que diz respeito à Responsabilidade Social Empresarial – SER.

No que tange ao período de realização da pesquisa de campo, este se compreendeu num intervalo de tempo que começou em 20 de julho ao dia 30 de agosto, totalizando um período de 40 (quarenta) dias.

Inicialmente, logo após a coleta, os dados foram agrupados por categorias, quantificados e reagrupados de acordo com os requisitos para o melhor atendimento dos objetivos deste estudo, visto que esta foi uma característica principal deste trabalho. Logo após, com a utilização do Microsoft Excel, os resultados foram expressos em forma de gráficos com as suas respectivas análises.

Mediante os resultados obtidos, é que foi possível se tomar conclusões quantitativas e qualitativas, com base também em observações realizadas durante as visitas, em função do que se pretendia conhecer acerca da Responsabilidade Social Empresarial – SER.

ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

No histórico Município de Areia, no brejo da Paraíba, foi possível encontrar um empreendimento produtor de cachaça, que permitiu a avaliação de suas ações para verificação do alcance de sua Responsabilidade Social Empresarial- SER. Os proprietários não tem descendência de senhores de engenho, como grande parte dos outros engenhos da região, assim o sonho de produzir cachaça se tornou realidade com muito esforço e dedicação. Atualmente o engenho produz 10.000 mil litros por dia e se destaca na região por suas ações não convencionais, inovando no seu processo produtivo e primando pelo bem estar de todos.

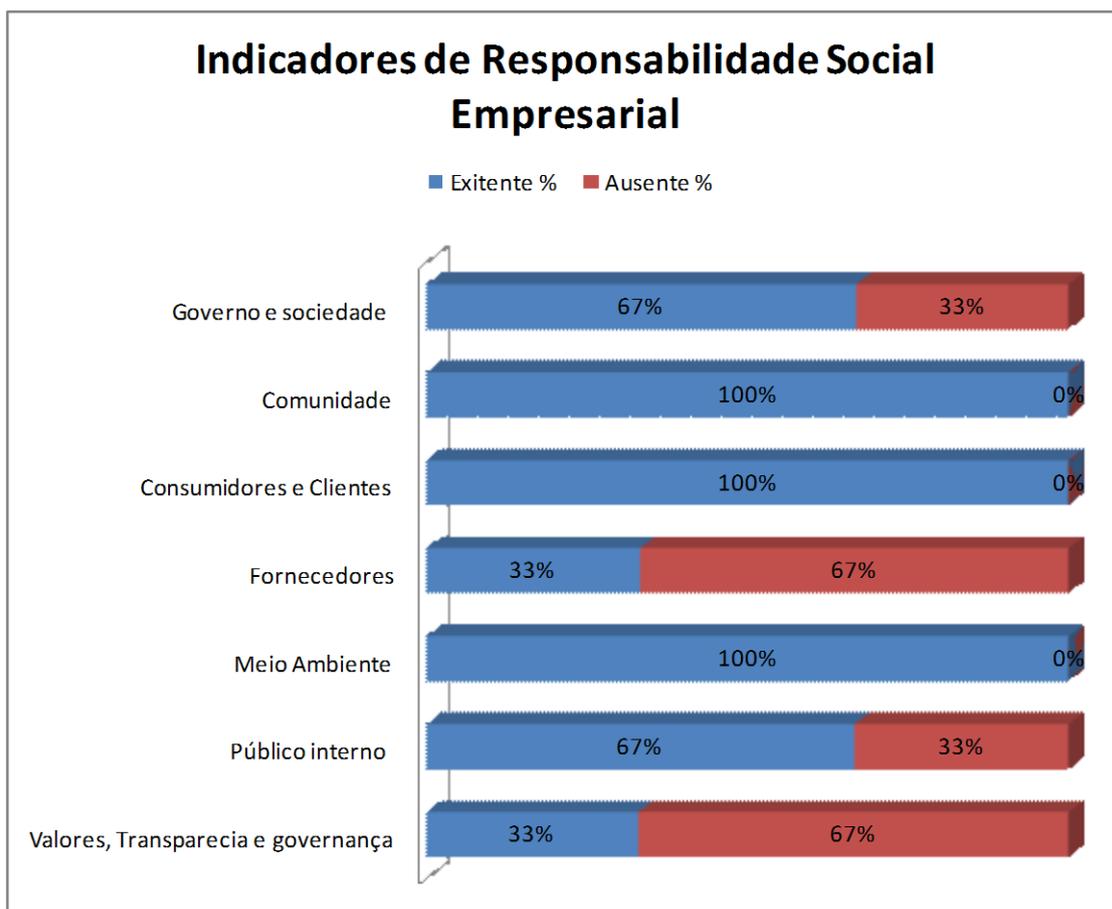
A partir dos indicadores selecionados na elaboração do *check list*, foi possível observar que o empreendimento apresenta compromissos éticos, cuidado com saúde, segurança e condições de trabalho, compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade, gerenciamento dos impactos sobre o meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços, comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental, educação e conscientização ambiental, apoio ao desenvolvimento de fornecedores excelência do atendimento, política de comunicação comercial, conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços, gerenciamento do impacto da empresa na comunidade do entorno, envolvimento da empresa com a ação social, participação comunitária, participação e influência social, melhoria dos espaços públicos e apoio a iniciativas sociais governamentais.

Porém, no que diz respeito às práticas anticorrupção, valorização da diversidade e promoção da equidade, critérios de seleção e avaliação de fornecedores,

responsabilidade dos fornecedores, participação e acompanhamento das administrações públicas, o empreendimento não demonstrou nenhuma ação.

A partir do roteiro de observação foi possível identificar as ações existentes no empreendimento que caracteriza as ações de Responsabilidade Social Empresarial-SER, bem como foi possível acompanhar o desenvolvimento destas ações para melhor avaliá-las.

Figura 1. Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial.



Percebemos como demonstra a Figura 1, que as dimensões: **meio ambientes, comunidade, consumidores e clientes**, apresentam ações satisfatórias por parte do empreendimento que demonstra a preocupação com a responsabilidade social empresarial, tais como projetos de alfabetização para os funcionários, pesquisas e desenvolvimento de novas espécies de cana de açúcar, para otimizar a produção, reuso de água utilizada no processo produtivo, ausência de queimadas e preservação do solo e da emissão de gases poluentes no ar e a comercialização dos resíduos sólidos gerados pela sua produção, diferentemente dos demais engenhos do setor. Deste modo o empreendimento tem 100% dos indicadores dessas dimensões atendidos.

No que diz respeito às dimensões: **público interno e governo e sociedade**, percebe-se que o empreendimento atende a 67% desses indicadores quando investe em cuidados com a saúde, a segurança e as condições de trabalho, mantendo um fundo de

reserva para custear despesas com saúde dos funcionários, mantém convênio com o SESI e o SENAI a fim de qualificar os funcionários garantindo assim o seu desenvolvimento profissional e a sua empregabilidade, melhorias dos espaços públicos e apoio a iniciativas sociais governamentais com incentivo a preservação da cultura e da história da cidade, mantendo inclusive a foto da cidade como parte do seu material publicitário como homenagem a localidade do empreendimento.

No tocante às dimensões: **valores, transparência e governança; e fornecedores** verifica-se que apenas 33% dos indicadores são atendidos, pois só foram identificadas ações no que diz respeito aos compromissos éticos e apoio ao desenvolvimento de fornecedores, pois o empreendimento mantém código de conduta, dá prioridade aos fornecedores locais e incentiva a sua produção pagando por ela um valor acima do valor de mercado, e garantindo uma matéria prima de qualidade, pois os mesmos precisam atender as especificações do empreendimento no que diz respeito aos impactos ambientais.

Conforme a Tabela 3, abaixo exposto, verificou-se que:

Tabela 3. Indicadores de RSE ausentes.

Dimensão	Indicadores
Governo e sociedade Público interno	Participação e acompanhamento das administrações públicas Valorização da diversidade e promoção da equidade
Valore, transparência e governança. Fornecedores	Práticas anticorrupção Governança corporativa Critérios de seleção e avaliação de fornecedores Responsabilidade dos fornecedores

Nas dimensões **Governo e Sociedade e Público Interno** há inexistência dos indicadores: participação e acompanhamento da administração pública e valorização da diversidade e promoção da equidade. Verificou-se que os administradores do empreendimento por receio de terem a sua imagem associada com algum tipo de representações político partidárias, e por não ter desenvolvido um método de acompanhamento do poder público onde o empreendimento pudesse participar e acompanhar o processo sem se tornar partidário, o empreendimento optou por se manter distantes da administração pública, nestes aspectos. No que diz respeito à valorização da diversidade e equidade, percebeu-se que o empreendimento não apresenta nenhuma prática discriminatória, há uma valorização da mão de obra local, mas não tem um processo estruturado de valorização da diversidade e equidade, a contratação de mulheres e homens é proporcional à necessidade do trabalho, porém não se identificou no empreendimento a contratação de homossexuais, programa especial de contratação de idosos, deficiente, oportunidade de emprego para ex-detentos, mulheres atuando no processo produtivo, ou nos canais. Não existe uma proporcionalidade para as diversidades.

No tocante às dimensões **Valore, transparência e governança e Fornecedores**, os indicadores: Práticas anticorrupção e Governança corporativa, não se apresentam de forma estruturada, não foi percebida nenhuma ação de corrupção ou sonegação por parte do empreendimento durante o desenvolvimento da pesquisa, mas também não há nenhum documento escrito que proíba essa ação, a empresa também não apresenta o

balanço social e o fato dos proprietários morarem dentro do empreendimento permite uma certa confusão entre os negócios do proprietário e os do empreendimento. No que diz respeito aos indicadores: Critérios de seleção e avaliação de fornecedores e Responsabilidade dos fornecedores constatou-se que o empreendimento utiliza como critério de fornecimento, preço, prazo e entrega, não há preocupação com a conduta moral, social e ambiental dos fornecedores.

CONCLUSÃO

A Responsabilidade Social Empresarial - RSE busca promover um comportamento empresarial que integre elementos sociais e ambientais que não necessariamente estão contidos na legislação, mas que atendem as expectativas da sociedade em relação à empresa e possa contribuir positivamente para o desenvolvimento de uma dada comunidade. Assim, buscou-se nesta pesquisa identificar as ações de Responsabilidade Social Empresarial – RSE, desenvolvidas por um engenheiro produtor de cachaça, situado no Brejo Paraibano.

Com base na pesquisa realizada foi possível identificar que esse empreendimento tem um valor na economia local que representa um aporte de emprego e renda para muitas famílias na região, sendo assim, também importante identificar qual o seu impacto em relação à Responsabilidade Social, que este empreendimento traz. Para tanto, o empreendimento objeto desse estudo foi analisado sob a ótica dos indicadores contidos no documento de indicadores ETHOS-SEBRAE de Responsabilidade Social Empresarial - RSE, elaborado com o objetivo de compreender e trazer a tona informações e conhecimento do tema em questão.

Foi possível identificar que o empreendimento apresenta ações de Responsabilidade Social Empresarial - RSE o que atende ao objetivo geral deste estudo, e em comparação com os indicadores apresentados pelo ETHOS- SEBRAE, para análise da RSE as dimensões: consumidores e clientes; meio ambiente; e comunidade, o empreendimento tem 100% de suas necessidades atendidas, demonstrando uma ou mais ações para cada variável pesquisada e constatando-se *in loco*, que realmente essas ações existem e são colocadas em práticas pela empresa tendo assim uma repercussão junto à comunidade, aos clientes e uma preocupação com o meio ambiente.

No tocante as dimensões governo e sociedade; e público interno, apenas 67% dessas dimensões são atendidas, pois há restrições quanto a participação e acompanhamento do empreendimento nas políticas públicas e faltam ações que promovam a diversidade e a equidade.

Já as dimensões valores, transparência e governança; e fornecedores, têm apenas 33% de ações que contemplam essas variáveis. É a menor dimensão investida pela empresa, não tendo está ainda despertado para a importância de acompanhar as práticas dos seus fornecedores como parte da sua cadeia de valor, nem percebido a importância de se trabalhar ações anticorrupções.

Conclui-se assim que, o empreendimento apresenta ações de Responsabilidade Social Empresarial –RSE, se destacando em suas ações de gerenciamento empresarial porém, ainda precisa melhorar os investimentos dessa ordem contribuindo assim, para a melhoria da sua atuação, bem como trazendo ganhos para a cadeia produtiva e a comunidade local.

Contudo é preciso continuar investindo e buscando atender as dimensões tidas como satisfatórias, aprimorando cada dia o seu desenvolvimento e na medida do possível implementando novas ações como: implantação de ginástica laboral, elaboração e divulgação em projetos de incentivo a cultura, realização de palestra de prevenção e melhoria a saúde e qualidade de vida, dentre outras.

REFERÊNCIAS

FERNANDES, R. A eficácia dos instrumentos econômicos para o desenvolvimento sustentável. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 9, nº 589, 17 fev. 2004.

Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social. **Indicadores de responsabilidade social nas empresas varejistas**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp>. Acesso em: 19 fev. 2015.

Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e pequenas empresas: passo a passo**. Disponível em: <http://www.internethos.org.br/Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf>. Acesso em: 03 junho. 2015.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL et al. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**, VII. São Paulo: Periópolis, 2003.

LAKATOS, E. M.; Marconi, M. **A Metodologia do trabalho científico**. 5. ed. rev. amp. São Paulo: Ed. Atlas, 1999.

LUCENA, F. O. **Oficinas de Monografia**. Apostila do Curso de Orientação de Monografia. Campina Grande: CESED/FACISA, 2006.

KAPAZ, E. **Rev. Fae Business**. n. 9. Set, 2004.

MACHADO FILHO, C. P. **Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações**. São Paulo. Pioneira Thomson Learning, 2006.

MARTINS, M. F. **A influência dos índices de desenvolvimento sustentável na competitividade sistêmica: um estudo exploratório no arranjo produtivo local de confecções em Campina Grande-PB**. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2008. (Dissertação de Mestrado em Engenharia da Produção).

MELO, N. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

OLIVEIRA, F. **Relações públicas e a comunicação na empresa cidadã**. In Responsabilidade Social das Empresas: A Contribuição das Universidades. São Paulo: Petropolis, 2002. p. 195-228.

OLIVEIRA, J. A. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. **Rev. de Administração de Empresas**. v. 24, n. 4, p. 203-210, out./dez. 1984.

PINHEIRO, J. C. T. **A Educação Ambiental no Marketing Social: Um Aspecto da Responsabilidade Social das Empresas**. 4. ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.

PINTO, F. R. **Responsabilidade social corporativa**: um estudo de caso. rev. Humanidades, Fortaleza, v. 18, n. 2, p. 71-81, ago./dez. 2003. Disponível em: <<http://www.unifor.br/notitia/file/1538.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.