



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**Responsabilidade Social Empresarial como Parte da Estratégia de Negócios das
Empresas: Uma Visão Crítica nas Instituições Financeiras**

**Corporate Social Responsibility as Part of Business Enterprise Strategy: A Critical
Overview on Financial Institutions**

Valdilene Bezerra da Silva
Graduando em Administração
@hotmail.com
Universidade Federal do Piauí

Gircely Nunes da Silva
Graduando em Administração
@hotmail.com
Universidade Federal do Piauí

Elvia Torres Ximenes
Mestre em Engenharia da Produção
elviafortres@ufpi.edu.br
Universidade Federal do Piauí



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**GIRCELY NUNES DA SILVA
VALDILENE BEZERRA DA SILVA**

**Responsabilidade Social Empresarial como Parte Estratégica de Negócios das
Empresas: Uma visão crítica as instituições financeiras**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

() **Aprovado(a)**

() **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 13 de março de 2014.

Elvia Florencio Torres Ximenes

Orientador – Elvia Florencio Torres Ximenes, Ma

Liliane Araújo Pinto

Membro 1 – Liliane Araújo Pinto, Ma

Kary Emanuelle Reis Coimbra

Membro 2 – Kary Emanuelle Reis Coimbra, Ma



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
() Dissertação
() Monografia
(X) Artigo

Eu, Givally Nunes da Silva Naldilene Bezerra da Silva,
autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de
02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,
gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação
Responsabilidade Social Empresarial como parte da Estratégia de
negócios das Empresas: Uma visão crítica nas Instituições Financeiras
de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título
de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 13 de maio de 2014.

Givally Nunes da Silva
Assinatura

Naldilene Bezerra da Silva

RESUMO

Em um cenário onde as empresas necessitam conciliar o atendimento aos interesses dos seus acionistas com o desenvolvimento de negócios social, mediante o estabelecimento de relações eticamente responsáveis com seus diversos públicos de interesse, interna e externamente, buscou-se descobrir quais as principais estratégias socialmente responsáveis desenvolvidas para que estas entidades estejam fundamentalmente relacionadas ao *stakeholder*, tomando como base para a pesquisa duas instituições uma de cunho privado e outra pública. A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas e aplicação de questionários, para construção desses instrumentos de coleta tomou-se como referência as quatro dimensões de Ferrel (2001) acerca da Responsabilidade Social Empresarial (RSE): econômica, legal, ética e filantrópica. Os dados atestam que as estratégias das entidades abordadas focam principalmente a área filantrópica. Assim, chegou-se a consideração de que as empresas fazem uso em partes da Responsabilidade Social, havendo ainda, um vasto caminho para que desempenhe realmente tal conceito, uma vez que não basta apenas utilizá-la externamente quando internamente na própria empresa tal conceito chega a ser falho.

Palavras – Chave: Responsabilidade Social Empresarial. Instituições financeiras. Visão crítica.

ABSTRACT

In a scenario where companies need to reconcile the care the interests of its shareholders through the development of social business , by establishing ethically responsible with their various stakeholders , internal and external relationships , we sought to find out what the major socially responsible strategies developed for these entity are primarily related to the stakeholder , based on research for one of two institutions and private matter public another . The survey was conducted through interviews and questionários to build these instruments collection was taken as reference the four dimensions of Ferrel (2001) on Social Responsibility (CSR) : Economic , Legal , ethical and philanthropic . The data show that the strategies of covered entities mainly focus on philanthropic area . Thus , the consideration that companies do use parts of Social Responsibility , also having a broad way that actually perform such a concept , since it is not enough to use it externally come up when internally in the company this concept comes to be flawed .

Key - Words : Social Negocio ; Responsible Partner , Stakeholder , Social management

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, as empresas vêm buscando novas oportunidades de negócios como uma forma de conquistar mais clientes através da utilização de estratégias que despertem a atenção dos mesmos, ou seja, as empresas utilizam ações visualmente perceptíveis e facilmente mensuráveis que potencializem o desenvolvimento de seus negócios e assim promovam o sucesso das mesmas.

É nesse contexto que emerge a Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Esta abrange questões que de uma forma geral buscam o equilíbrio entre a satisfação do público externo e o alcance dos resultados organizacionais bem como, num sentido mais amplo, o uso moderado de recursos naturais e a adoção de práticas que propiciem a redução dos impactos.

Desse modo, a RSE pode ser considerada como toda ação que contribua para a melhoria da qualidade de vida da sociedade desde que haja continuidade e não ocorra de forma eventual, ou seja, não se configure apenas por ações sociais descontínuas e/ou isoladas, estando ligada, atualmente, à relação da empresa com seus *stakeholder* – trabalhadores, gestores e proprietários (acionistas), clientes, fornecedores, prestadores de serviços, autoridades governamentais, bancos, credores, concorrentes, mídia, comunidade local e entidades da sociedade civil (ASHLEY, 2005).

Neste trabalho, procura-se elencar a importância da responsabilidade social empresarial, buscando demonstrar as estratégias desenvolvidas pelas empresas que estejam fundamentalmente relacionadas ao *stakeholder*, além de explicar a importância da responsabilidade social internamente e no meio social, além de mostrá-la como uma estratégia para obtenção de diferencial competitivo no mercado.

O trabalho busca identificar fatores que interferem na adoção de práticas de responsabilidade social nas instituições financeiras e verificar se de fato a gestão empresarial faz uso da responsabilidade social em todos os seus aspectos ou é apenas uma estratégia para alcançar vantagens competitivas.

Para tal, dentre os diversos segmentos empresariais existentes na cidade de Picos/PI, foram escolhidas para análise as instituições financeiras, por possuírem um papel importante e influente na economia.

Além disso, foi realizada uma pesquisa em uma entidade financeira pública/mista, e uma privada, com a intenção de coletar dados, observar os documentos apresentados pela entidade, elaborar planilhas com o objetivo de facilitar o entendimento e a compreensão do leitor, sem, contudo não perder o foco de analisar o comportamento da empresa no que tange ao *stakeholder*.

O presente trabalho científico apresenta-se estruturado em três capítulos, onde enfatizará os motivos que levaram a escolha da temática, apresentará a fundamentação teórica do trabalho, e um estudo de caso em uma entidade financeira pública/mista, e ainda, uma privada, estabelecida na cidade de Picos, onde foi realizada a coleta e tratamento dos dados, e por fim são apresentadas as considerações finais e bibliográficas da pesquisa.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL

A evolução do padrão competitivo dos mercados proporcionou a visibilidade do tema Responsabilidade Social Empresarial –RSE, no qual pode ser conceituado como uma estratégia corporativa da empresa para ganhar vantagem competitiva atuando de acordo com princípios éticos e legais e evidencia a preocupação da empresa com a sociedade e com o meio ambiente (ASHLEY, 2006).

As primeiras discussões sobre responsabilidade social no Brasil surgiram em meados da década de 1970, tendo como precursora a Associação dos Dirigentes Cristãos de empresas do Brasil e tinham como propósito discutir sobre o balanço social das empresas. No entanto,

com o tempo observou-se que a questão era complexa, abrindo-se espaços para seminários, congressos e palestras que debatessem sobre a relevância da dinâmica social empresarial (ASHLEY, 2006).

Em 1982, na busca de reconhecer e divulgar projetos sociais para a promoção de cidadania foi instituído pela Câmara Americana de Comércio de São Paulo o Prêmio ECO-empresa, já em 1986, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) realizou debates em nível nacional e internacional com empresários de algumas capitais brasileiras, com a finalidade de promover diálogos e entendimentos em prol do desenvolvimento humano entre as várias instâncias que compunham a sociedade.

De acordo com Reis (2007) em 1989 na cidade de São Paulo, outro grupo de empresários, em parceria com a Câmara de Comércio de São Paulo e com outros agentes da sociedade que já vinham em processo de discussão e de troca de experiências sobre ações que pudessem contribuir para diminuir as desigualdades sociais do País, criou um subcomitê de filantropia, que, em 1995, resultou no Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE), composto por instituições de origem privada. Seu objetivo era instrumentalizar melhor e qualificar tecnicamente as empresas, as fundações empresariais e os indivíduos que quisessem realizar investimentos sociais, por meio da difusão de conceitos e práticas de gestão que otimizassem melhor os recursos que seriam aplicados no desenvolvimento de ações de bem-estar e projetos sociais.

Ainda conforme o autor, outra iniciativa de destaque do meio empresarial brasileiro é a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, fundada em 1990, na qual tem por missão promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania das crianças e dos adolescentes, mobilizando e articulando a sociedade civil e o Poder Público, com atuação pautada pela ONU, pela Constituição Federal do Brasil de 1988 e pelo ECA de 1990, esta instituição apoia vários projetos, dentre eles o Programa Empresa Amiga da Criança e o Selo Empresa Amiga da Criança, iniciativas que buscam engajar empresas em uma atuação social, em especial na prevenção e na erradicação do trabalho infantil.

A partir de então ocorreu várias mudanças no cenário brasileiro no que tange a questão responsabilidade social, as empresas começaram a publicar balanços sociais, foi fundado o Instituto Ayrton Senna, na qual os recursos provém de duas fontes de alianças estratégicas com empresas e do licenciamento da marca e da imagem de Ayrton Senna e do Senninha, em 1998 foi criado a Ethos (REIS, 2007).

Dessa forma em um mercado onde cada vez as empresas são cobradas não apenas pelo que fazem, mais especialmente pelo que deixam de fazer, as empresas, para atingirem um nível estratégico de diferenciação, necessitam desenvolver estratégias que promovam o desenvolvimento ambiental e social, sempre agindo em conformidade com a ética (MELO NETO, 2001).

Nesse contexto, os gestores precisam se conscientizar de que a empresa não é somente uma unidade de produção e distribuição de bens e serviços que atendem a determinadas necessidades da sociedade, mas que deve atuar de acordo com uma responsabilidade social que se concretiza no respeito aos direitos humanos, na melhoria da qualidade de vida da comunidade e na preservação do meio ambiente (DIAS e SIQUEIRA, 2006).

2.1 RSE na perspectiva capitalista

Embora haja uma crescente valorização das práticas de responsabilidade social, muitos estudiosos e profissionais a criticam e consideram que a empresa não deve assumir uma responsabilidade social direta. A adoção dessas práticas é atacada e apoiada por diversos autores, sendo fortemente discutida por duas correntes teóricas distintas: a teoria dos *shareholders* (acionistas) e a teoria dos *stakeholder* (partes interessadas). (SOUSA E COSTA, 2012)

Segundo Orth (2009), os *stakeholder* são pessoas, grupos de pessoas ou entidades que participam ou influenciam o projeto, de maneira direta ou indireta, com interesses em sua evolução ou quando são afetadas por seus resultados.

Machado Filho (2003) comenta que embora os conceitos que embasam a teoria dos *stakeholder* sejam em grande medida convergentes para o conceito de governança corporativa, no sentido de ampliar a voz e a transparência da informação entre os diversos grupos de interesses nas atividades da organização, tal associação não é simples, e muitas vezes podem ocorrer situações contraditórias.

A responsabilidade social corporativa é considerada por muitos autores como uma dupla resposta à atual crise vivenciada pelo capital; quer seja pela busca de se tornar a instituição das instituições, ou no sentido de que a mudança nos padrões da concorrência, decorrente da crise econômica, obriga as organizações a adaptarem seu processo de trabalho às novas exigências do mercado globalizado adequando sua estrutura aos padrões de parceiros internacionais (Soares, 2004).

Conforme Brito e Terra (2009), a gestão dos *stakeholder* é ainda uma fonte de valor pouco explorada e raramente incorporada nos sistemas de gestão das empresas. Quando, no entanto, se torna de fato uma fonte de valor passa a se caracterizar pela existência de processos, governança e métricas gerenciadas de forma sistemática (como os processos de gestão de qualidade total).

Segundo Fassin (2009), os conceitos da teoria dos *stakeholder* foram amplamente aceitos como ferramentas de gestão para desenvolver estratégias das empresas, em parte devido à sua simplicidade e esquema visual. Porém, a amplitude de escopo e de aplicação dos conceitos da teoria e a multiplicação de definições causaram confusão e levaram a críticas legítimas, que insistem na necessidade de refinamento da teoria.

Para tanto, a gestão das ações socialmente responsáveis "está diretamente ligada às interações da empresa e seus *stakeholder*, assim como a forma de comunicação entre as partes, resultando no desempenho da reputação corporativa". (MOYSÉS FILHO, 2009)

Segundo Oliveira (2008), pode-se observar diferentes abordagens de responsabilidade social, onde a teoria dos *stakeholder* tem uma visão de empresa como sistema aberto, que não somente afeta, mas também é afetado pelo meio que o cerca.

Brealey, Myers e Allen (2008), destacam que a empresa tem que gerir adequadamente as suas relações com os vários intervenientes para desenvolver um aceitável desempenho corporativo social, eles também destacam a importância dos relacionamentos com os *stakeholder* para que o objetivo de maximização da riqueza seja alcançado.

Conforme afirmam Thomas e Callan (2009), as empresas estão integrando modelos sociais, ambientais e de governança em seus negócios, executando mudanças tangíveis em praticamente todos os aspectos de suas operações, tais como pesquisa e desenvolvimento, planos de produção e práticas contábeis.

Surge assim, o Capitalismo Criativo, uma ideia sugerida por Bill Gates, em janeiro de 2008, que ressalta a importância da mobilização geral em busca de auto interesse, sendo uma filosofia que ajuda as empresas a lucrar em mercados não explorados e adquirir a visibilidade mundial de clientes, concorrentes e possíveis parceiros por difundir bem-estar a população de desprovidos, possibilitando melhores condições de vida para a sociedade. (OLIVEIRA, 2008)

Por fim, conforme Sousa e Costa (2012) as práticas de responsabilidade social só têm sentido no contexto de cada empresa, sendo que as partes relacionadas podem ter interesses distintos, dependendo do caso, região geográfica, conjuntura econômica, atuação do governo, etc.

2.2 Modelos de análise da responsabilidade social

Ferrel (2001), caracteriza a Responsabilidade Social nas seguintes dimensões: **econômicas, legais, éticas e filantrópicas**. Em primeiro lugar a dimensão legal é relativa ao cumprimento das leis promulgadas pelos governos, que servem para estabelecer padrões mínimos de conduta e não para determinar o que é ético ou antiético, todas as empresas têm obrigação de cumpri-las em virtude da sociedade não ser capaz de acreditar em uma empresa que não faz o que é certo no âmbito legal.

A dimensão ética em sua visão diz respeito ao comportamento e conduta esperados ou proibidos no que concerne ao pessoal da empresa, à comunidade e à sociedade, mesmo que não explicitados em leis; onde a estratégia da empresa deve obrigatoriamente refletir a compreensão dos valores de seus membros e dos *stakeholder*; também deve refletir a compreensão da natureza ética da opção estratégica; bem como levar em conta as implicações de suas atividades para importantes *stakeholder*. (FERREL,2001)

Ashley (2006) explicita que a responsabilidade social empresarial ética diz respeito ao comportamento positivo esperados a ser praticado por membros da sociedade, apesar de não registradas em leis. Portanto, para que haja desenvolvimento sustentável, é necessário que as empresas planejem ações levando em conta, simultaneamente, dimensões econômicas, ambientais e sociais, com vistas à sua continuidade e à manutenção de boas relações no longo prazo.

A dimensão econômica segundo Ferrel (2001, p.80), “refere-se à maneira como os recursos para produção de bens e serviços são distribuídos no sistema social”. Além disso o autor destaca questões associadas ao relacionamento da empresa com a concorrência, os acionistas, os consumidores, os empregados, a comunidade e o ambiente físico. Pois, esses fatores podem influenciar amplamente a economia.

Sendo assim, a dimensão econômica conforme Ferrel (2001) atenta-se em minimizar as pressões competitivas, garantindo o equilíbrio econômico e considerando padrões éticos para a relação entre rentabilidade e comportamento socialmente responsável.

Por fim, tem-se a dimensão filantrópica, que diz respeito às contribuições das empresas à sociedade, em relação à sua qualidade de vida e bem estar ela ainda inclui a expectativa de que as empresas contribuam para as comunidades locais. (FERREL, 2001)

Pantani (2010) acrescenta a dimensão ambiental que tem como objetivo buscar o equilíbrio ecológico por meio da inovação tecnológica, na busca de racionalizar o uso e reduzir impactos, seguindo o mesmo paradigma do BSD (Business Meets Social Development) que relata que o conceito de desenvolvimento sustentável trata da questão que não haverá crescimento econômico, sem que haja progresso social e preservação ambiental.

Para Ferrel (2001) a dimensão legal nada mais é do que o cumprimento das Leis promulgadas pelo governo, na busca de estabelecer padrões mínimos de conduta, onde todas as empresas tem por obrigação cumpri-las pois, a sociedade não tem a capacidade de acreditar em uma empresa que não age conforme a legalidade.

O mesmo autor enquadrou as Leis governamentais em 05 (cinco) grupos: Leis que regulamentam a concorrência (criadas para impedir monopólios, formação de Cartéis, proibi a comercialização de bens falsificados, entre outras); Leis de proteção ao consumidor; Leis de proteção ao meio ambiente, Leis de promoção da equidade e da segurança (protegem os direitos das minorias, dos idosos e deficientes físicos); Leis de incentivo para promover o cumprimento da legislação para prevenir má conduta (quando os empresários forçam os limites padrões éticos – burlam as Leis).

Arrebola (2004) descreve que o desenvolvimento sustentável é formado pelos aspectos sociais, ambientais e econômicos, estes devem ser vistos com pesos iguais, pois da mesma maneira que o desenvolvimento econômico não se sustenta sem uma contrapartida ambiental e social, os outros também não se sustentam sem a contrapartida de desenvolvimento

econômico da empresa. Assim observa-se na literatura que os autores dissertam em volta de dimensões em comum, havendo pouca distinção entre eles.

Vale ressaltar que Melo Neto e Froes (2001, pag. 80-81) ainda descrevem que a RSE está dividida em três estágios, 1º estágio corresponde ao exercício da gestão social interna, focando nos funcionários, no que tange principalmente a questões regulares da empresa, como saúde, segurança, qualidade ambiental de trabalho; o 2º estágio tem por foco o exercício da gestão social externa, e abrange a comunidade e o modo de preservação ambiental, além dos impactos sócio-econômicos, políticos e culturais na sociedade.

E, finalmente, o 3º estágio que satisfaz ao exercício da gestão social cidadã, estando voltada para a sociedade como um todo, sendo praticada quando ocorre ações de desenvolvimento e fomento de projetos locais e regionais como incentivo à geração de empregos e estabelecimento de parcerias com o Governo e outras entidades, além da promoção de campanhas de conscientização social e de cidadania.

2.3 Críticas ao modelo capitalista de responsabilidade social

Arrebola (2004), relata que as pessoas esperam muito mais que a mera satisfação de suas necessidades mínimas, com alimentos, vestuários e abrigo, elas abrangem também as áreas de tecnologia e serviços médicos sofisticados que sejam capazes de prolongar a vida e torná-la mais tolerável, bem como transportes rápidos e educação de qualidade que lhes dê meios de melhorar o padrão de vida, além de poder viver em um ambiente saudável com ar puro e com preservação da natureza.

É natural que em um sistema capitalista as empresas privadas busquem o lucro para os seus cotistas e acionistas, onde muitas vezes utilizam-se da própria responsabilidade social para almejem um maior desenvolvimento econômico. (ZANOTTI, 2006)

Contudo, é imprescindível que se agregue valor ético a esse processo, o que pode ser realizado por meio de prática cidadã da função social, como forma de resgate da dignidade e da cidadania da pessoa humana. Zanotti (2006) ainda comenta uma das formas que a empresa utiliza para mostrar tal compromisso com a sociedade e conseguir maximização de lucros é a utilização do Balanço Social como instrumento de gestão e informação para revelar aos seus acionistas e à sociedade como um todo, quais foram as ações concretas desenvolvidas para atingir tal desiderato, no campo sócio-econômico.

A Lei das S.A (Sociedades Anônimas) exige que seja apresentado juntamente com as demonstrações conceituadas pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC por meio da NBC T-3, de 14.12.90, o “Relatório da Administração” que deve conter informações sobre os negócios sociais e os principais fatos administrativos ocorridos no exercício.

A GESET (2005) revela que a filosofia de responsabilidade social corporativa tem seduzido grandes investidores internacionais, a ponto de vincularem suas aplicações financeiras à expectativa de lucro, mas também em empresas cujas atividades estejam voltadas para um compromisso com os seus *stakeholder*.

Corroborando com a visão capitalista da SER, torna-se possível afirmar que a única responsabilidade da empresa é a de gerar lucros e riqueza para seus acionistas, tendo, portanto, o desempenho econômico como responsabilidade, e qualquer posição diferente dessa enfraqueceria o sistema capitalista. Este objetivo é a maximização dos lucros. Desviar os recursos empresariais para obrigações sociais seria assegurar ineficiência e impor obstáculos à própria empresa (FRIEDMAN, 1970 *apud* MAXIMIANO, 2010).

Bestratén e Pujol (2005 *apud* SOUSA E COSTA, 2012) descrevem algumas ações que caracterizam a postura socialmente responsável entre as quais pode se citar o modo como a empresa deve oferecer produtos e serviços que respondam às necessidades do usuário, realizando ao menos o mínimo regulamentar, como agir com ética em todas as instâncias de

tomada de decisões, proporcionar condições seguras e salubres de trabalho, respeitar o ambiente, e integrar-se na comunidade na qual está inserida.

COUTINHO e MACEDO-SOARES (2002), descreve que há uma crescente busca por investimentos em empresas socialmente responsáveis tais empresas que realizam esses investimentos começam a obter também vantagens competitivas, como o aumento em seu poder de barganha com fornecedores, os quais não querem deixar de ter suas marcas atreladas à marca das respectivas empresas socialmente responsáveis.

Haja visto, nota-se que as empresas estão integrando modelos sociais, ambientais e de governança em seus negócios, executando mudanças tangíveis em praticamente todos os aspectos de suas operações e o modo como é realizado esta incorporação dos processos são próprias de cada organização, sendo uma de suas funções básicas estruturá-las de maneira eficiente e eficaz sendo uma tarefa que exige grande habilidade e competência dos gestores. (Callan, 2009, *apud* Quatrinet al., 2013).

2.4 Responsabilidade Social das Instituições Financeiras

No atual contexto, a atuação empresarial no cenário político, deve-se, principalmente, à necessidade de as empresas promoverem ambientes autorregulados para conseguirem atuar no mercado (Faria e Guedes, 2010). Essa atuação deve-se também à cobrança, seja por meio da regulamentação estatal ou por meio da própria sociedade, para que as empresas assumam as responsabilidades pelas consequências externas de suas práticas. Um exemplo seria a adoção de práticas de RSC.

O crescente envolvimento de empresas financeiras em inúmeras áreas de interesse público não pode ser justificado por ações estritamente direcionadas ao aumento da lucratividade da empresa. A globalização abriu espaço para um papel mais ativo e necessário das empresas, no fornecimento de bens públicos e, ainda, como ator político relevante (VASCONCELOS, 2012).

Scherer e Palazzo (2011, *apud* VASCONCELOS, 2012) questionam a visão tradicional de que as empresas são apenas atores econômicos enquanto o governo é um ator político, ou seja, de que às empresas cabe a busca pelos lucros enquanto ao Estado cabe a provisão de bens públicos. Em um novo contexto global, essa divisão de papéis precisa ser revista, entendendo que as empresas, atualmente, possuem um papel político e social.

Segundo pesquisa realizada por Andrade (2011) com duas instituições financeiras, evidenciou-se que do ponto de vista da preocupação social, por exemplo, há um claro objetivo das instituições financeiras em mostrar que a instituição está preocupada com seus públicos diversos, assim como sugerem os pressupostos de responsabilidade social e as teorias de *stakeholder*. Na prática, percebe-se o uso de métodos gerenciais abusivos em relação a clientes, funcionários, prestadores de serviços, dentre outros.

O autor supracitado também destacou como resultado da pesquisa que as ações diárias dessas corporações não demonstram uma preocupação real com os *stakeholder*, mas sim uma relação unilateral de ganho. Como exemplo, Andrade (2011) revela que em relação aos empregados há diversos indícios de relações trabalhistas pautadas em tarefas sobre grande pressão, em que empregados são expostos a constantes abusos de autoridade e obrigados a se submeterem a condições de trabalho que geram, muitas vezes, sérias doenças ocupacionais. Percebem-se, por exemplo, práticas embasadas em sistemas de metas e competição extenuantes, que colocam os trabalhadores na condição de constante ameaça.

3. METODOLOGIA

O presente trabalho com enfoque em responsabilidade social, consta de uma pesquisa exploratória na busca de levantamento de materiais que possam informar a real relevância do assunto, além de demonstrar a verdadeira situação em que se encontram as informações.

Para Malhotra (2001, p.105-106), a pesquisa exploratória tem como principal objeto proporcionar a compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador. Sendo justificada pela possibilidade de definir o problema com maior precisão, “identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais antes que se possa desenvolver uma abordagem”.

No que tange ao tipo de pesquisa, observa-se que é descritiva pois, conforme Gil (2002), visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionários e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento.

A pesquisa de campo foi realizada através da aplicação de questionários com os funcionários de duas empresa uma de caráter privado e a outra de cunho público; também sucedeu-se uma entrevista com os gestores das respectivas empresas.

Portanto, o trabalho é composto de um estudo de caso em duas instituições, na busca de coletar dados que respondam o problema proposto, sendo uma pesquisa não-probabilística, pois a amostra da pesquisa sucedeu-se por conveniência ao acesso dos dados. Tendo o universo de sessenta funcionários foram escolhidos trinta, a contar com os gestores das mesmas.

A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de janeiro e fevereiro de 2014, no que tange a entrevista, foi transcrita a medida que o gestor respondia as indagações contidas no roteiro. Já a aplicação dos questionários teve como objetivo principal contrapor as informações obtidas com a entrevista e verificar se as informações eram condizentes.

Segundo Malhotra (2006), as amostras por conveniência são recomendadas para pesquisas descritivas pois através desta amostra, por meio de julgamento e estratégia apropriados, pode-se escolher cuidadosamente os casos que devem ser incluídos e, desse modo, desenvolver amostras que são satisfatórias de acordo com as nossas necessidades.

Conforme Gil (2010), o propósito do estudo de caso não é o de proporcionar precisos conhecimentos das características de uma população, mas sim proporcionar uma visão global de um problema. Assim sendo, é um estudo profundo e exaustivo de um ou pouco objetos, permitindo um amplo e detalhado conhecimento do assunto.

Quanto à forma de abordagem do problema a pesquisa se classifica como quantitativa e qualitativa. Para Silva e Menezes (2001) a “... pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificado, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e técnicas estatísticas”. Malhotra (2006) define o método qualitativo como uma “metodologia de pesquisa não-estruturada, exploratória, baseadas em pequenas amostras, que proporcionam *insights* e compreensão do contexto do problema”.

Portanto, a pesquisa foi quantitativa no tocante a gerir medidas precisas e confiáveis de opinião, atitudes e preferências para as respostas dos entrevistados e questionados, já a pesquisa qualitativa fundamenta-se em explicar a questão chave da pesquisa “quais as principais estratégias socialmente responsáveis desenvolvidas para que estas entidade estejam fundamentalmente relacionadas ao *stakeholder*”.

A partir dos dados obtidos nas entrevistas e os registrados nos questionários da pesquisa, realizou-se a análise dos conteúdos, cujo objetivo foi auxiliar na codificação, classificação, categorização e tratamento das respostas, a partir de então, elaborou-se os gráficos para facilitar visivelmente os resultados obtidos.

4. ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados obtidos na pesquisa, partiu do pressuposto que a Responsabilidade Social transpõem os níveis sociais de uma organização, sendo uma atuação de caráter humanista e altruísta buscando não somente o desenvolvimento da entidade mas de toda a sociedade em que esta inserida. (Alessio, 2008)

Ao analisar a entrevista e os questionários pode-se perceber que apesar de ser um assunto discutido na mídia em geral a muito tempo, a temática Responsabilidade Social ainda gera dúvidas, e contradições do que de fato é e como ocorre.

Dentre os conceitos citados pelos entrevistados e questionados, pode-se observar as diferentes opiniões, que vai desde a RSE como:

“... um compromisso da Instituição com a comunidade, em busca de atender os anseios sociais, e se responsabilizando pelos impactos que possa vir a causar na sociedade.” (QUESTIONÁRIO)

Até uma crítica ao modelo adotado para a RSE, onde o questionado aponta que:

...seria nada mais que uma conscientização para assim diminuir os impactos da devastação ambiental/social.[...] usado como diferencial competitivo entre as organizações, a qual em sua maioria das vezes não passa de marketing, este relata que para ocorrer de fato a RS seria necessário uma educação e conscientização das pessoas.

Percebeu-se também durante o processo de análise que ainda existem pessoas que de fato não compreendem o que é RSE, e ao ser questionado sobre a temática, obteve-se como resposta que seria um comprometimento do funcionário com a empresa. A RSE ultrapassa as questões econômicas e volta-se para a parte sócio-ambiental, sedimentando o desenvolvimento sustentável do meio a qual está inserida.

Ao serem questionados acerca da conceituação da SER, percebe-se que dentre as respostas obtidas 77% desenvolveram um raciocínio coerente com a literatura acerca da RSE, porém 23% apresentaram uma resposta incompleta. Conforme observa-se na tabela os temas mais citados para definição do que seja RSE foram:

Tabela 1: Temas mais citados sobre RSE

Desenvolvimento sustentável	15%
Contribuição p/ uma sociedade mais justa	17%
Bem comum	40%
Conciliação ambiente/sociedade	5%

FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

Dentre as respostas postas como incompletas a cerca da temática pode-se destacar as seguintes:

“É preocupar-se não só com você, e sim com toda a sociedade”

“São obrigações para o bem comum.”

“É quando se realizam negócios que visam não somente o lucro da empresa, mas também a satisfação do cliente”

“É a responsabilidade com a Prestação de Serviços”

“Comprometimento do funcionário com a empresa”

“Forma sustentável de desenvolvimento organizacional”

Pode-se perceber com esta análise que os funcionários das instituições entrevistadas tem noção do conceito RSE, porém muitos focaram apenas na questão do bem comum, da contribuição empresa e sociedade, no desenvolvimento de uma sociedade mais justa e no próprio desenvolvimento sustentável, ou seja focaram apenas na parte sócio-ambiental da RSE, Ferrel (2001) aborda que existem quatro dimensões a legal, a ética, econômica e a filantrópica, partindo dessa premissa, ao considerar que a responsabilidade social foca apenas nesta visão sócio ambiental tem-se apenas a dimensão ética citada anteriormente.

Um dos questionados fez uma crítica ao modelo adotado pelas empresas e coloca que RSE hoje é meramente um Marketing que as entidades utilizam para se promover no mercado. E que para por em prática tal conceito seria necessário uma educação, porém hoje no meio social tal conceito é uma mera “propaganda enganosa”.

O que ocorre nas empresas atualmente é a realização de ações de cunhos sociais buscando o bem comum, praticam a responsabilidade social porém, visando algo mais que apenas benefícios comunitários, mas sim desenvolvimento do próprio negócio.

Esta crítica levantada por um dos questionados ocorre com frequência, pois muitos empresários e cidadãos confundem Responsabilidade Social com marketing; a definição do que é agir com RSE envolve uma complexidade, mas o importante é se notar que este termo vai muito além de ajudar a quem precisa com doações ou campanhas, tal RSE deve ocorrer dentro e fora da entidade, não adianta nada buscar transformar a comunidade se a empresa não valoriza o funcionário proporcionando condições dignas de trabalho, com salários justos, capacitações, tendo ainda que buscar fazer uso da preservação ambiental.

Para Melo e Froes (2001), as empresas procuram o conceito de marketing, uma vez que a tarefa da organização é determinar as necessidades, os desejos e interesses dos mercados-alvos e atender às satisfações desejadas mais eficaz e eficientemente do que os concorrentes, de modo a preservar ou melhorar o bem-estar dos clientes e da sociedade, como consequência desse posicionamento que associa uma empresa, além de marcar uma questão ou causa social relevante a mesma recebe em troca benefícios.

Ao se analisar as entrevistas percebe-se que a cidadania empresarial ocorre de fato, onde de acordo com o gerente geral de uma das instituições entrevistadas (empresa X), a respectiva desenvolve vários projetos sociais; dentre eles:

“ Apoio e incentivo a projetos sociais, disponibiliza materiais didáticos a projetos educacionais voltados ao ensino médio e estímulo do jovem pelas ciências, incentiva o colaborador ao voluntariado em campanhas de doação de sangue, medula e órgãos; oferece orientação financeira para colaboradores e comunidade em geral.” (Gestor X, 2014)

Percebe-se que a empresa entrevistada (empresa X) utiliza a dimensão ética e filantrópica principalmente por a mesma se preocupar com as gerações futuras e com a sociedade em geral, em partes ela utiliza a dimensão legal quando busca trabalhar com excelência e transparência, porém no quesito balaço social a empresa é falha quando o seu próprio gerente não tem o conhecimento sobre as informações contidas no mesmo.

A parte econômica é quem dá sustentabilidade às demais dimensões, uma vez que todas as práticas citadas são utilizadas com a finalidade de desenvolver a entidade na busca de permanecer no mercado e crescer financeiramente.

Ainda conforme o gestor, a empresa busca tratar o funcionário da melhor forma possível. Entre os benefícios oferecidos ao funcionário estão a questão saúde, lazer, artes, cultura (bolsa auxílio educação), previdência complementar, entre outros.

O gestor da empresa Y também relata que a entidade desenvolve projetos educacionais, como projetos voltados para crianças carentes, além de projetos para a preservação ambiental; onde os voluntários são basicamente os funcionários, outras empresas e a comunidade em geral.

No que tange a empresa Y, à utilização de todas as dimensões citadas por Ferrel(2001), desde a ética até a legal, mostrando preocupação com o social, ambiental, econômica e filantrópica.

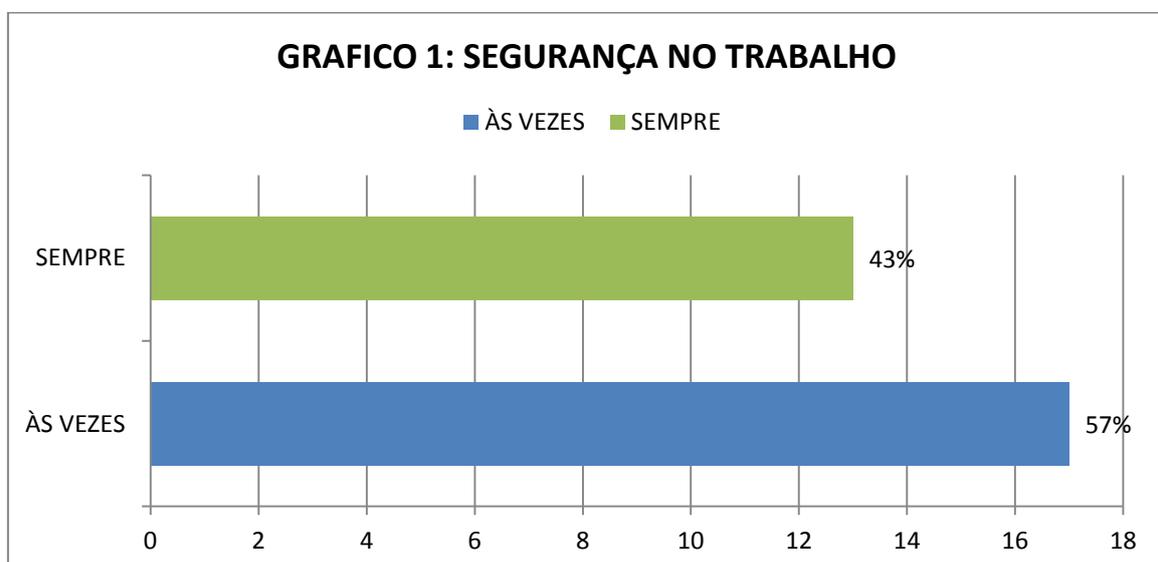
Na busca de realmente saber se as empresas entrevistadas fazem uso de fato da RSE, foram entregues questionários para os funcionários das respectivas, na tentativa de entender como ocorre a mesma do ponto de vista destes, tais questionários focaram questões voltadas diretamente para Responsabilidade Social interna da empresa, a elaboração de tal questionário partiu da teoria que uma empresa socialmente responsável além de estar atento aos problemas da sociedade em geral e o meio ambiente, deve atender também as necessidades e expectativas dos funcionários.

Os questionamentos abordados envolveram questões tais como: segurança no trabalho; suporte para realizar as tarefas; preocupação da empresa com a saúde e bem estar dos funcionários; o compromisso da mesma com o desenvolvimento profissional dos mesmos; informações sobre resoluções de conflitos relativos ao ambiente de trabalho; inserção dos funcionários no processo de gestão; haveria pressão na realização do trabalho e equilíbrio entre direitos e deveres da empresa e dos funcionários.

De antemão, ao entregar os questionários aos funcionários foi percebido que os mesmos, de forma espontânea, começaram a ironizar com determinadas questões, principalmente no que tangia a pressão para a realização de suas funções.

No que tange a segurança no trabalho é possível perceber na entrevista com o gestor que a empresa busca inovação afim de que seus funcionários sintam-se seguros; porém, ao avaliar o questionário, pode-se perceber que a maioria dos questionados não se sentem realmente seguros. Sendo que para a RSE a segurança no trabalho é um quesito de máxima importância. Essa sensação de insegurança pode ser explicada devido alto número de assaltos à instituições financeiras de modo geral.

Ao se confrontar a entrevista feita com os gestores e as respostas dos funcionários questionados percebeu-se algumas contradições conforme observam-se nos gráficos subsequentes.



FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

O segundo tema questionado foi sobre as condições de trabalho, buscando compreender se as empresas entrevistadas oferecem suporte para que o funcionário desempenhe de maneira produtiva suas funções. Como respostas dos gestores teve-se:

“Os colaboradores podem contar com benefícios com saúde, lazer, esporte, cultura, bolsa auxílio educação, previdência complementar, entre outros” (Gestor X, 2014)

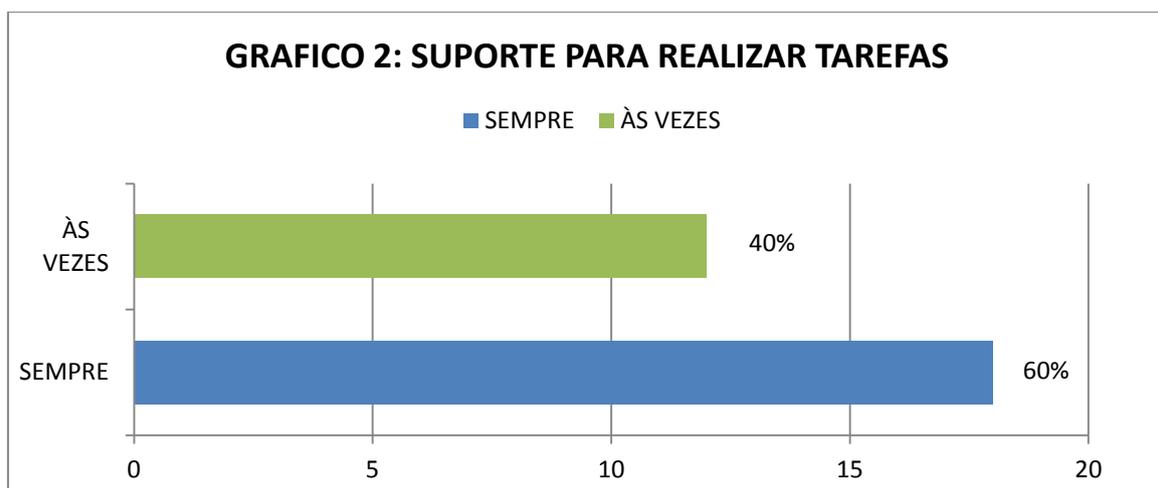
“A nossa empresa permite condições de trabalho a todos os funcionários e colaboradores, se preocupa em seguir as normas estabelecidas na CLT, inclusive sempre é um tema discutido nas negociações coletivas de categoria.” (Gestor Y, 2014)

Através das respostas percebe-se que o Gestor X fugiu ao assunto, mesmo porque o quesito era condições de trabalho, sabe-se que o funcionário precisa dos itens citados por ele, mas a questão referiu-se ao suporte dado pela empresa para que o funcionário venha a realizar suas tarefas. Já o Gestor Y respondeu coerentemente o que lhe foi indagado e apontou como a empresa assegura um suporte para que o funcionário venha a exercer sua função.

Porém ao analisarmos o gráfico percebemos que na visão dos funcionários a empresa não estabelece de fato condições favoráveis de trabalho, a maioria encontra-se satisfeita mas uma parcela de 40% dos entrevistados relataram que às vezes a empresa oferece suporte para realização de suas atribuições.

Dentro desta realidade é possível observar que a RSE não pode ser empregada somente às vezes, a empresa tem que dar suporte para os funcionários realizarem suas tarefas, condições favoráveis de trabalho além de ser necessário traz benefícios para a empresa.

As quatro dimensões elencadas por Ferrel (2001), busca mostrar como a empresa deve ser harmônica desde o quesito social ao lucro, só assim ela conseguirá incrementar sua lucratividade e sobrevivência. Fazer uso destas dimensões é maximizar os efeitos positivos de atos socialmente responsáveis sobre a sociedade.



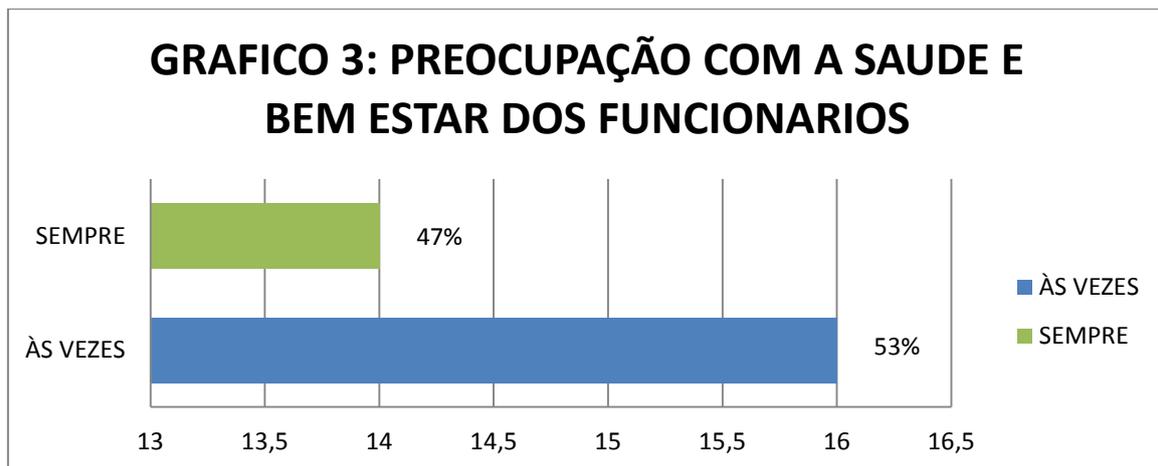
FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

O terceiro gráfico buscou saber se a empresa mostrava preocupação com a saúde dos funcionários, oferecendo inclusive suportes para que os mesmo se mantenham saudáveis e/ou amparado nos momentos de enfermidade; conforme a entrevista verificou-se que as empresas estão preocupadas com a saúde e bem estar dos seus funcionários.

Como na questão anterior, o gráfico revela que a opinião dos gestores e dos funcionários são diferentes, uma vez que para os gestores a preocupação com a questão saúde e bem estar é posto em prática na instituição, porém para os funcionários tais atitudes não são frequentes, ocorrem às vezes.

O quesito saúde e bem estar dos funcionários dentro de uma empresa é uma característica da RSE, quando não respeitado com frequência, gera sérios problemas ocupacionais que vão desde problemas de colunas, extress e ate mesmo depressão, consequências que intrevem diretamente na realização e qualidade dos serviços.

Ferrel (2001) destaca a importância das dimensões da RSE, entretanto quando a empresa não desenvolve preocupação com a saúde de forma constante há uma confrontação com as dimeoem sobretudo no que tange a filantrópica e social.



FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

Em seguida foi indagado se a empresa procurava solucionar de forma efetiva os problemas de conflitos relativos ao ambiente de trabalho. Conforme os gestores das empresas entrevistadas sim.

“[...] nos preocupamos com à inclusão de portadores com deficiência, o incentivo a leitura e apoio aos projetos com educação.” (Gestor X, 2014)

“[...] a geração futura, se lapidada, trará não só a instituição como a sociedade em geral, resultados promissores. Temos uma geração que está exposta a todo tipo de informação, sendo o consumo e o manuseio responsável desta, a alternativa para o crescimento e melhoria.” (Gestor X, 2014)

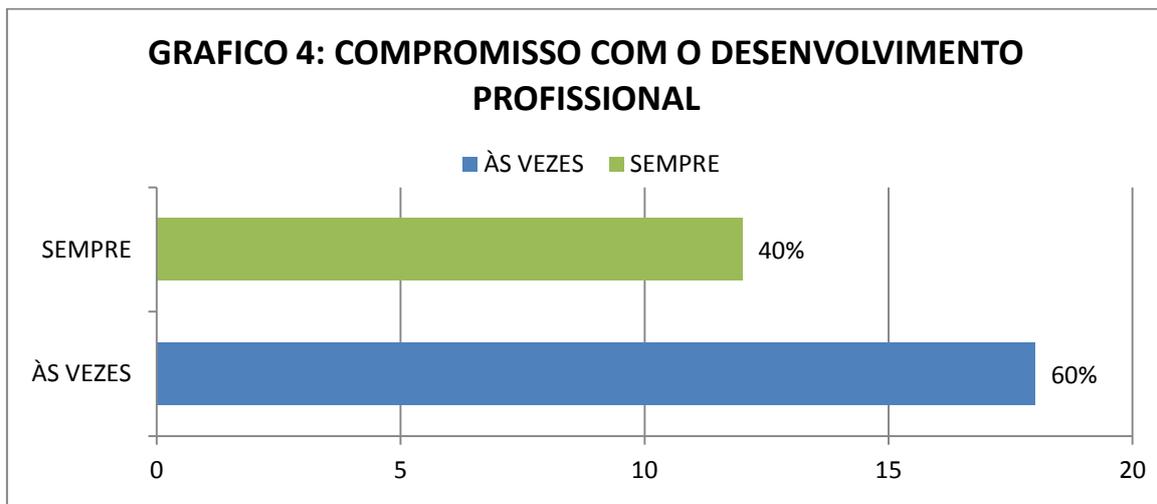
“a empresa segue as normas jurídicas sobre responsabilidade social e pactos acordados. As ações de responsabilidade socioambiental são inspiradas e estimuladas pelos compromissos assumidos junto a entidades setoriais e a organismos de fomento ao movimento de responsabilidade socioambiental em nível nacional e internacional como: Fundo dos Direitos da Criança e do adolescente, Protocolo Verde, Pacto de Combate ao Trabalho Escravo.” (Gestor Y, 2014)

Porém, ao analisar os gráficos é possível perceber que a empresa busca praticar a parte social da RSE com os seus funcionários principalmente no que tange a questão segurança, uma boa condição de trabalho, se preocupa com a saúde o bem estar dos seus funcionários além de se preocupar com o desenvolvimento profissional destes. Todavia, tal compromisso não ocorre sempre e, muitas vezes estes quesitos não são respeitados.

Através da análise da entrevista percebe-se que estas empresas estão totalmente envolvidas com a RSE, uma vez que buscam sempre o melhor tanto para si como para a comunidade onde estão inseridas, mas fica a dúvida se realmente tais empresas adotam tal comportamento por ser o certo, ou por quê agindo desta forma alcançaram melhor desenvolvimento financeiro?

Andrade (2011), como citado anteriormente relata que tal preocupação social nada mais é que um claro objetivo das instituições financeiras em mostrar que a instituição está preocupada com seus públicos diversos, assim como sugerem os pressupostos de responsabilidade social e as teorias de *stakeholder*.

Diante de tal citação é importante destacar que os gestores tiveram dificuldades em responder algumas indagações realizadas na entrevista, demonstrando assim que nem eles na posição de gerencia são cientes do que de fato realizam como projeto da SER, tal pressuposto é claro quando contrapostas suas respostas com as obtidas dos funcionários, percebendo que a empresa se esforça para seguir os preceitos SER, porém os mesmos não são desenvolvidos sempre na instituição.

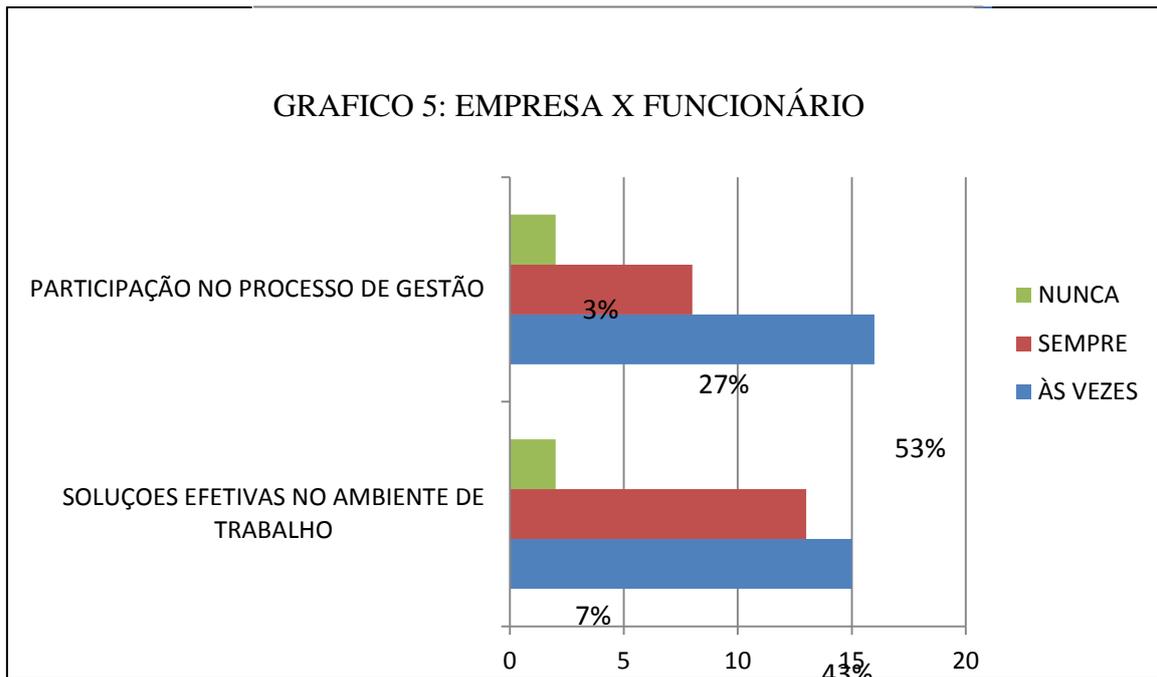


FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

O quinto gráfico confirma tal pressuposto, no que refere a busca de solução dos problemas de conflitos no ambiente de trabalho, onde conforme 50% dos funcionários tal intervenção ocorre às vezes, e 7% consideram ou nunca se beneficiaram de soluções para o problema indagado.

Ele também trata o modo como o funcionário se vê como parte do processo de gestão da empresa como resposta 27% responderam que sempre participam do processo de gestão, porém 53% revelaram que somente às vezes há a participação deles, por fim 3% responderam que não participam.

A RSE quando utilizada dentro de uma empresa proporciona uma gestão empresarial coerente que tem em mente o funcionário como importante para o sucesso de uma organização, instigando sempre a sua valorização, e proporcionando medidas para que o funcionário por si só desempenhe sua função da melhor forma possível.



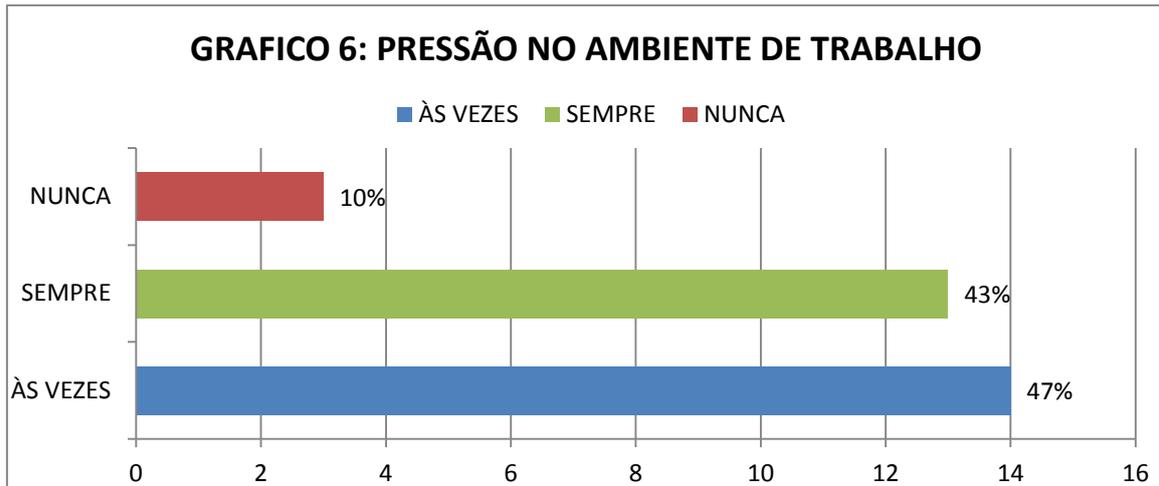
FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

No gráfico seis foi exposta a opinião dos funcionários, onde foi pautado sobre o mesmo receber ou não pressão no seu ambiente de trabalho, neste quesito foi possível perceber que este método gerencial é de fato constantes em relação aos funcionários, prestadores de serviços, dentre outros. Conforme mostra o gráfico a seguir onde 47% dos questionados responderam que às vezes sofrem pressão, 43% revelaram que sempre sofrem pressão e apenas 10% descreveram não sofrer pressão. Mais uma vez percebe-se a busca da empresa por resultados a qualquer custo, o que vai de encontro aos princípios da RSE.

Melo Neto e Brennand (2004, p.5) afirmam que “uma empresa socialmente responsável é aquela que investe no bem-estar de seus funcionários e dependentes e no ambiente de trabalho saudável, além de preservar o meio ambiente e incentivar ações sociais”.

Sabe-se que em todas as instituições seja ela de cunho público ou privado sempre irá existir pressão, sendo uma forma intrínseca da empresa buscar a lucratividade, os gestores a cada momento exige mais da sua equipe na busca de ultrapassar metas, restando para o funcionário se adaptar a um ambiente de pressão contínua.

Desta forma fica claro que as empresas não utilizam uma forma ética e saudável no ambiente de trabalho, esquece que o profissional contratado é um profissional qualificado e especializado para realizar a função a qual foi destinada, se a empresa der suporte e condições dignas de trabalho, o mesmo conseguirá realizar a função a qual foi destinada melhor que em um ambiente de pressão.

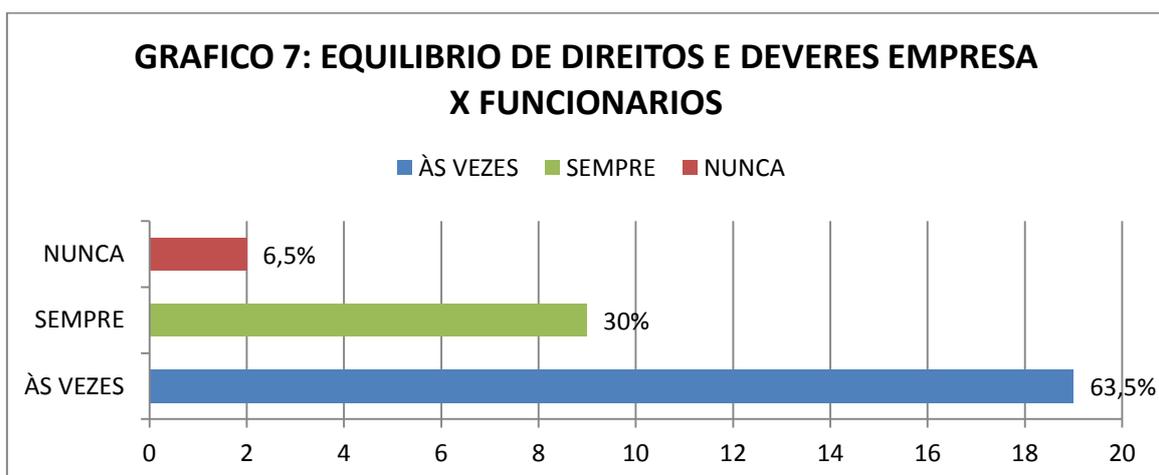


FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

O sétimo gráfico refere-se ao fato de existir equilíbrio entre direitos e deveres da empresa e dos seus funcionários; constatou-se que 63% dos funcionários consideram que às vezes existem, 30% afirmam que sempre há tal equilíbrio, porém 7% revelaram que não ocorre tal estabilidade de direitos e deveres entre empresa e funcionário.

Uma empresa engajada que busca cumprir a RSE preza pelo cumprimento das exigências legais, portanto, trata de forma justa e honesta seus empregados, a boa relação empresa e funcionário é de suma importância para o sucesso de uma organização. Valorizar o funcionário é quesito fundamental e para tal a empresa pode através do diálogo, respeito e principalmente com a prática de participação dos mesmos nos processos decisivos alcançar a sustentabilidade nos negócios.

Com esses dados observa-se o distanciamento, das empresas analisadas, de mais uma dimensão estabelecida por Ferrel (2001), referente a ética e legalidade, pois a instituição não busca equilibrar os seus direitos e deveres com os dos seus funcionários, deixando de lado a boa relação empresa e funcionário, que é uma das exigências legais da RSE.



FONTE: Dados da pesquisa fev. 2014

A lei de RSE, veio para melhorar o comportamento das empresas no que tange o comportamento dentro e fora do meio empresarial, atingindo a sociedade como um todo, e nitidamente percebe-se que essas práticas não são atendidas de forma consciente, pequenos detalhes, que vão desde o uso de papéis reciclados pelas instituições, até o tratamento do cliente, que sempre beneficia a classe mais favorecida falhando com a sociedade mais carente.

No que tange a entrevista e os questionados percebe-se que as empresas estão buscando se relacionar com as pessoas e instituições com as quais a empresa faz interface em seus negócios, para atender a conceitos ainda mais amplos e que envolvam estratégias e valores as expectativas dos *stakeholder*.

Ainda que haja indícios de relações trabalhistas pautadas em tarefas sobre grande pressão, nota-se que a empresa pratica medidas para minimizar os danos que isto causa, fica apenas a dúvida se tais medidas é apenas uma busca para compensar o sistemas de metas e competição extenuantes, que colocam os trabalhadores na condição de constante ameaça. Ou seja, uma estratégia da empresa para alcançar o sucesso.

Conforme Melo Neto e Froes (2001, pag 85) uma empresa que queira ter uma boa imagem e qualidade de produção, deve dar condições de trabalho aos seus funcionários, investir no bem estar dos seus funcionários e na sua qualificação profissional, desenvolvendo ações como: “Programas de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte; programas internos de treinamento e capacitação e programas de financiamento de cursos externos, regulares ou não, realizados por seus funcionários com vistas a sua maior qualificação profissional e obtenção de escolaridade mínima”.

Contudo, diante da complexidade de tal assunto, analisando os fatos internos e externos, desde a entrega dos questionários a obtenção das respostas pelos funcionários e avaliando a entrevista realizada, pode-se perceber que a empresa desenvolve a RSE no quesito empresa sociedade, porém no que tange a responsabilidade social interna, existe ainda um caminho para que de fato ela ocorra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Caracterizada como novo paradigma empresarial, a responsabilidade social é o elo que une os desejos dos *stakeholder* ao contentamento dos objetivos organizacionais, sendo concretizados através de práticas como ética e o próprio comprometimento com a sociedade.

Ferrel (2001) descreve quatro dimensões a ser seguidas pelas empresas no que tange a Responsabilidade Social, porém o que se vê é que as entidades se limitam a programas filantrópicos e a poucos programas de cunho sócio educativos.

A pesquisa realizada buscou-se descobrir quais as principais estratégias socialmente responsáveis desenvolvidas para que as entidades estejam fundamentalmente relacionadas ao *stakeholder*, uma vez que é inegável sua ligação no que tange a atuação social com a ética.

Os *stakeholder* exigem que as empresas tenham consciência do seu papel dentro da sociedade, para tal exigem pressões sobre as mesmas, sendo um dos influenciadores desta nova visão empreendedora empresarial, que busca não apenas lucro mas o bem comum.

A RSE ainda é muito confundida, não apenas a nível empresarial mas como um todo, onde muitos julgam apenas como práticas éticas ou sociais, esquecendo uma vasta gama de ambientes que a mesma envolve.

O trabalho buscou identificar os fatores que interferem na adoção de práticas de responsabilidade social nas instituições financeiras que vão desde a falta de compromisso social, o modo como a empresa trata o seu cliente, as medidas usadas na relação da empresa com o funcionário, o tratamento dado às questões ambientais e questões sociais.

Identificou-se que de fato a gestão empresarial faz uso da responsabilidade social muitas vezes apenas como marketing, ou seja, ela visa apenas a parte financeira, assumindo compromissos apenas nas questões externas à empresa, não dando a devida importância no que se refere aos funcionários, esquecendo que o conceito de responsabilidade social envolve

muito mais que práticas socioambientais, sendo portanto apenas uma estratégia para alcançar vantagens competitivas.

Na pesquisa realizada confirmou-se tais afirmações, principalmente no quesito pressão no trabalho, tal prática foge a linha de conceito do tema e a própria conduta ética das empresas. Desta forma, fica claro que não basta que a empresa tenha apenas enfoques diante da sociedade, mais internamente também, devendo assumir compromissos que venham a agregar não apenas valores monetários mas medidas que levem ao bem comum de todos os *stakeholder*.

Contudo, mesmo que a finalidade seja a lucratividade, uma empresa deve estabelecer padrões responsáveis no quesito tratamento dos funcionários, sociedade e meio ambiente, assim, atenderia as exigências dos *stakeholder* e estaria de fato exercendo os conceitos da temática Responsabilidade Social.

Dentre as soluções possíveis para tal problema pode-se citar estratégias que vão desde implantação para um desenvolvimento sustentável como o uso de papel reciclado a métodos que diminuam a poluição; o modo que se trata o funcionário, onde a empresa valorize-o, diminuindo o nível de pressões e tornando o ambiente de trabalho agradável e fácil de trabalhar; medidas de atendimento ao cliente mostrando que ele é peça fundamental e merece atendimento de qualidade, no que tange a sociedade em geral; práticas em busca de qualidade de vida, e enfim, um desenvolvimento justo e saudável.

REFERENCIAS

ALESSIO, Rosemeri. Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos? Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ANDRADE, Marcelo Aureliano Monteiro, GOSLING, Marlusa, LIMA, Gustavo Cesar Oliveira. A “Responsabilidade Social” dos Bancos no Brasil. *Revista de Gestão Social e Ambiental* v. 5, n. 3 (2011).

ARREBOLA, Marcelo Correia. Responsabilidade social: um novo paradigma estratégico de lucratividade e bem estar social. *Revista ANGRAD*, vol5, n. 3, p. 97-114, Jul.Ago.Set. 2004.

ASHLEY, P. A. et al *Ética e responsabilidade social nos negócios*. 2 ed., São Paulo: Saraiva, 2005.

_____, P. A. et al *Ética e responsabilidade social nos negócios*. 2 ed., São Paulo: Saraiva, 2006

BESTRATÉN, M.; PUJOL, L. Responsabilidad social de las Empresas (I) y (II), Notas Técnicas de Prevención (NTP No. 643 y 644). MinisteriodelTrabajo y AsuntosSociales, Instituto Nacional de Seguridad e Higiene enelTrabajo: Madrid, 2005.

BRASIL, LEI 6.404, DE 15 DE DEZEMBRO DE 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações Disponível Em:http://www.portaldecontabilidade.com.br/legislacao/lei6404_1976.htm. Acesso em 10 de dezembro de 2013.

BNDES. “Programa de Apoio a Crianças e Jovens em Situação de Risco Social” Área Social, 2000.

BREALEY. R. A., MYERS. S. C. e ALLEN. F; **Princípios de Finanças Corporativas**MacGraw-Hill, 2008.

BRITO,A.C.; TERRA,J.C.Posicionamento Estratégico e Sistematização de Stakeholders. Disponível em: <<http://biblioteca.terraforum.com.br/Paginas/Posicionamentoestrat%C3%A9gicoeasistematiza%C3%A7%C3%A3odagest%C3%A3odestakeholders.aspx>>. Acessoem 5 abr 2013

CALLAN, S. J.; THOMAS, J. M. Corporate financial performance and corporate social performance: an update and reinvestigation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, v. 16, n. 2, p. 61-78, 2009.ISSN 1535-3966.

COUTINHO, Renata Buarque Goulart and Macedo-Soares, T. Diana L. v. A. Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. *Rev. adm. contemp.*, Dez 2002, vol.6, no.3, p.75-96.

DIAS, L. N. S.; SIQUEIRA, J. R. M. Análise da evolução qualitativa dos balanços sociais da Petrobrás no período de 2000 a 2004. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 6, 2006, São Paulo. *Anais...* São Paulo: 2006.

DRUCKER, P.F. **Sociedade Pós-Capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1999.

ELKINGTON, J. Enter the Triple Bottom Line, 2004. Disponível em:
<http://www.johnelkington.com>

FASSIN, Y. The stakeholder model refined. **Journal of Business Ethics**, Dordrecht, v. 84, n. 1, p. 113-135, Jan. 2009.

FARIA, A; GUEDES, AL Uma análise crítica da responsabilidade social corporativa como estratégia internacional. In: Enanpad, 2010, Rio de Janeiro. Anais, Rio de Janeiro: ANPAD, 2010

FERREL, O. C.; FRAEDRICH, John; FERREL, Linda. Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001

FREEMAN, R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984.

GIFE. “Investimento Social Privado no Brasil: Perfil e Catálogo dos Associados GIFE”. GIFE, São Paulo, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOBBI, B. C.; BRITO, M. J. Gestão ambiental como prática social em uma organização produtora de celulose: uma análise interpretativa. In: ENANPAD, 29., 2005, Curitiba.

HEAL, G. Responsabilidade Social das Empresas: Um Enquadramento Económico e Financeiro. Os papéis de Genebra sobre Riscos e Seguros, 30, p. 387-409, 2005.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Responsabilidade social: a contribuição das universidades. v.II. São Paulo: Peirópolis, 2003.

MACHADO FILHO, Cláudio Antonio Pinheiro. Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valor para as Organizações: Um Estudo Multicasos. Disponível em:
<http://www.ead.fea.usp.br/WPapers/2003/03-024.pdf>. Acesso 20 de julho 2013

MALHOTRA, Naresch K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MAXIMIANO. Antônio César Amaru. Teoria Geral da Administração: Da revolução Urbana a Revolução Digital. São Paulo. Ed. Atlas. 2010.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Gestão de responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro. 2. Ed. Rio de Janeiro: Qualymark, 2001.

MELO NETO, F. P.; BRENNAND, J. M. Empresas socialmente sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MELO RICO, Elisabeth de. O empresariado, a filantropia e a questão social. Revista Serviço Social e Sociedade, São Paulo, Cortez, n. 58, ano 19, nov. 1998, p. 24-40.

MOYSÉS FILHO, J. E., **Impactos da implantação de ações socialmente responsáveis em pequenos fornecedores**: O Programa Tear. 2009. Dissertação (Mestrado) -Programa de Pós- Graduação em Administração, Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2009.

MORAIS NETO, *Siqueira de*. CLASSIFICANDO AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ENTREVISTAS DE LÍDERES. Revista de Administração da UFSM. *Brazilian Journal of Management* v. 5, n. 1. 2012

OLIVEIRA. J.S. Produção Simbólica e sustentabilidade: discutindo a lógica da salvação da sociedade pela mudança nos modos de consumo. CADERNO DE ADMINISTRAÇÃO. V. 16, N 02. P. 35- 43 . JUL/DEZ 2008.

ORTH, A.I. Planejamento e gerência de projetos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

QUATRIN, Denise Rossato, ALVES, Julianao Nunes, KLEIN, Leander Luiz, VIZZOTO, Andrieli Diniz e PEREIRA, Breno Augusto Diniz .DISCURSO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS MAIORES EMPRESAS DA AMÉRICA LATINA: PRINCÍPIOS, PROCESSOS E RELACIONAMENTOS. 2º FÓRUM INTERNACIONAL ECOINNOVAR Santa Maria/RS – 23 e 24 de Setembro de 2013

SCHERER, A. G; Palazzo, G. The new political role of business in a globalized world: a review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance and democracy. *Journal of Management Studies*, v.48, n.4, p. 899-931, 2011

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3ª ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SOARES, Gianna Maria de Paula. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: POR UMA BOA CAUSA!? RAE-eletrônica, v. 3, n. 2, Art. 23, jul./dez. 2004.

SOUZA. Júlia alves e, COSTA Thiago de Melo Teixeira da. Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos, práticas e desafios para a contabilidade. Organizações em contexto, São Bernardo do Campo, ISSNe 1982-8756 • Vol. 8, n. 15, jan.-jun. 2012

STERNBERG, E. The Stakeholder Concept: A Mistaken Doctrine. Foundation for Business Responsibilities, Issue Paper n. 4, Nov. 1999. Disponível em: <http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1666&Secao=FOR.ES TCRI&Volume=3&Numero=2&Ano=2004>. Acesso em 12 julho de 2013

RASERA. Ivelise Bragato, CORRÊA. Dalila Alves, SANTOS. Maria Rita dos, OSWALDO Yeda Cirera. **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO SETOR SUCROALCOOLEIRO: UM ESTUDO SOBRE PERCEPÇÕES DAS EXTERNALIDADES JUNTO AO PÚBLICO EXTERNO**. Revista de Administração da UNIMEP. v.10, n.3, Setembro/Dezembro – 2012

REIS, C. N. A Responsabilidade Social das Empresas: O Contexto Brasileiro em Face da Ação Consciente ou do Modernismo do Mercado?. R. Econ. contemp., Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 279-305, maio/ago. 2007

VASCONCELOS. Isabella Francisca Freitas Gouveia de; ALVES. Mario Aquino; PESQUEUX. Yvon. Responsabilidade social corporativa e desenvolvimento sustentável: olhares habermasianos, Rev. adm. empres. vol.52 no.2 São Paulo Mar./Apr. 2012

ZANOTI , Luiz Antonio Ramalho. A FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA COMO FORMA DE VALORIZAÇÃO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA (2006). Disponível em <http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/e8922b8638926d9e888105b1db9a3c3c.pdf>. Acesso 25 de julho de 2013

ANEXOS



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



**ANEXO I
ROTEIRO P/ PESQUISA DE CAMPO**

Caro colaborador, somos estudantes concluintes do curso de administração da Universidade Federal do Piauí. Solicitamos a sua participação para o desenvolvimento do nosso trabalho de conclusão de curso. Você não identificado e as respostas serão utilizadas exclusivamente para fins de pesquisa. Desde já agradecemos!

TEMA: RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL COMO PARTE DA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS DAS EMPRESAS

RESPONSÁVEL PELA EMPRESA: _____

CARGO QUE OCUPA: _____

FORMAÇÃO: _____

- 1) Na sua visão o que é responsabilidade social?
- 2) A empresa desenvolve projetos sociais voltados para a comunidade? Quais?
- 3) Caso a empresa desenvolva projetos sociais, quem são os auxiliares para a realização destes projetos? (funcionários, sociedade em geral, profissionais liberais etc.)
- 4) A empresa utiliza a responsabilidade social como visão estratégica da empresa? Em quais aspectos?
- 5) A empresa desenvolve programas de sensibilização/conscientização? Quais os programas de incentivos à conscientização social realizados pela empresa?
- 6) Qual a área da empresa responsável pelos programas sociais?
- 7) Há parcerias com outras organizações na realização de projetos sociais?(empresas privadas, hospitais, universidades, etc.)
- 8) A maioria dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa estão voltados para que parte da sociedade?

- 9) O que a empresa faz com os resultados do balanço social?
- 10) Na sua visão, a empresa tem proporcionado condições de trabalho adequada para os seus colaboradores? Se não, quais as melhoras que você pode apontar.
- 11) Quais as perspectivas da empresa no que tange a gerações futuras?
- 12) Como se encontra o compromisso com a qualidade dos serviços de atendimento ao consumidor realizado pela empresa?
- 13) A empresa segue os parâmetros legais da responsabilidade social?
- 14) Além do respeito a legislação o que a empresa busca ao seguir as leis promulgadas pelo governo no quesito Responsabilidade Social?



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



ANEXO II

QUESTIONARIO DA PESQUISA ACADEMICA

Caro colaborador, somos estudantes concluintes do curso de administração da Universidade Federal do Piauí. Solicitamos a sua participação para o desenvolvimento do nosso trabalho de conclusão de curso. Você não será identificado e as respostas serão utilizadas exclusivamente para fins de pesquisa. Desde já agradecemos!

DADOS DO PESQUISADO

FUNÇÃO: _____

FORMAÇÃO: _____

TEMPO NA EMPRESA: _____

QUESTÕES	SEMPRE	NUNCA	ÀS VEZES
1 - Quando se trata de cuidados com segurança, a empresa busca sempre inovar com o fim de que seus funcionários sintam-se seguros?			
2 - Quanto às condições de trabalho, a empresa oferece suporte para que você possa desempenhar melhor o exercício de suas funções?			
3 - A empresa mostra-se preocupada com a saúde oferecendo, inclusive, suportes para que vocês mantenham-se saudáveis e/ou amparados nos momentos de enfermidade?			
4 - A empresa demonstra compromisso com o desenvolvimento profissional dentro e fora do estabelecimento?			
5 - A empresa procura solucionar, de forma efetiva, os problemas de conflitos relativos ao ambiente de trabalho?			
6 - Você se sente parte no processo de gestão da empresa?			
7 - Você sofre pressão no seu ambiente de trabalho?			
8 - Existe equilíbrio entre os direitos e deveres da empresa e dos seus funcionários?			

9 – Para você, o que é responsabilidade social?
