

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS CARAZINHO
ESTÁGIO SUPERVISIONADO

CRISTINA ADRIANI SCHNEIDER

**LEVANTAMENTO SOBRE A PERCEPÇÃO E AS AÇÕES EFETIVAS DAS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS DE CARAZINHO-RS DO RAMO DE FABRICAÇÃO DE
MÓVEIS COM PREDOMINÂNCIA EM MADEIRA QUANTO À
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

CARAZINHO

2015

CRISTINA ADRIANI SCHNEIDER

**LEVANTAMENTO SOBRE A PERCEPÇÃO E AS AÇÕES EFETIVAS DAS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS DE CARAZINHO - RS DO RAMO DE FABRICAÇÃO DE
MÓVEIS COM PREDOMINÂNCIA EM MADEIRA QUANTO À
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Estágio Supervisionado apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Carazinho, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Carmem Sayão Lobato

CARAZINHO

2015

CRISTINA ADRIANI SCHNEIDER

**LEVANTAMENTO SOBRE A PERCEPÇÃO E AS AÇÕES EFETIVAS DAS MICRO
E PEQUENAS EMPRESAS DE CARAZINHO - RS DO RAMO DE FABRICAÇÃO DE
MÓVEIS COM PREDOMINÂNCIA EM MADEIRA QUANTO À
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Estágio Supervisionado aprovado em 20 de Junho de 2015, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, no curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Carazinho, pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Prof. Ms. Carmem Sayão Lobato

UPF- Orientador

Prof. Ms. Elisangela Nicoloso Brandli

UPF- Examinador

Prof. MS. Jocelina dos Santos de Almeida

UPF- Examinador

CARAZINHO

2015

Aos meus pais, à minha irmã e ao meu
companheiro, que sempre acreditaram em mim, e
me deram todo o apoio que necessitei.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por sempre me acompanhar em todas as minhas caminhadas.

Agradecer a toda minha família, em especial a minha mãe Irena e o meu pai Alcírio que sempre acreditaram em mim, torcendo pela minha vitória.

A minha irmã Cristiani, que mesmo distante, acompanhou toda a minha trajetória, minha ânsia em aprender e buscar cada vez mais conhecimentos.

Ao meu companheiro Jomar, que acompanhou de perto todas as alegrias, tristezas, angústias destes anos acadêmicos. Agradecer a paciência, o auxílio e sua compreensão, me dando apoio para sempre seguir em frente.

A todos os professores do curso, que transmitiram todo o seu conhecimento, em especial a minha orientadora Prof. Ms. Carmem Sayão Lobato, pela sua dedicação durante todo o semestre.

Aos colegas que se tornaram meus amigos, por todos os momentos partilhados, pelas trocas de ideias e experiências.

MUITO OBRIGADA!

“O dever é uma coisa muito pessoal; decorre da
necessidade de se entrar em ação, e não da
necessidade de insistir com os outros para que
façam qualquer coisa.”

Madre Teresa de Calcutá

RESUMO

SCHNEIDER, Cristina Adriani. **Levantamento sobre a percepção e as ações efetivas das micro e pequenas empresas de Carazinho-RS do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira quanto à Responsabilidade Social Empresarial.** Carazinho, 2015. 61 f. Estágio Supervisionado (Curso de Administração). UPF, 2015.

Neste trabalho aborda-se o tema responsabilidade social empresarial que, com o passar do tempo, começou a ser praticada pelas empresas buscando auxiliar o Estado em sua função social, promovendo o bem estar social e econômico da sociedade, bem como pela preocupação em proteger o meio ambiente, visando à sustentabilidade. Para a coleta de dados elaborou-se uma entrevista semi estruturada, que abordou várias questões sobre a responsabilidade social empresarial das micro e pequenas empresas. Esta foi aplicada, no mês de abril de 2015, para 8 das 23 empresas do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira da cidade de Carazinho-RS. Com o objetivo de buscar informações sobre a responsabilidade social empresarial desempenhada pela empresa entrevistada, esse trabalho buscou investigar o nível de conhecimento dos empresários sobre o tema, buscando saber o que acreditam ser ações sociais e a relação de responsabilidade social que mantém com a comunidade em que está inserida, com seus empregados e com o meio ambiente. Os dados levantados revelam que as empresas entrevistadas realizam ações de responsabilidade social empresarial mesmo sem saber o que significa uma ação social empresarial, também revelou que as empresas devem ter atitudes sociais que envolvam seus empregados, comunidade, fornecedores e meio ambiente. A partir disso, pode-se sugerir melhorias para a empresa.

Palavras chave: Responsabilidade social empresarial. Micro e pequenas empresas. Sociedade.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO	10
1.2	OBJETIVOS.....	11
1.2.1	Objetivo geral	11
1.2.2	Objetivos específicos	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1	O ESTADO: BREVE HISTÓRICO	12
2.1.1	O Estado e a sua função social	16
2.2	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	20
2.3	MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	26
2.4	MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RAMO DA INDÚSTRIA MOVELEIRA	28
2.5	A FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA.....	30
2.6	AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	35
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA	41
3.2	VARIÁVEIS DE ESTUDO	42
3.2.1	Responsabilidade Social Empresarial	42
3.2.2	Ações de Responsabilidade Social Empresarial	42
3.3	POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	43
3.4	PROCEDIMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	43
3.5	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	44
4	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	45

4.1	CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS.....	45
4.2	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	46
4.2.1	Ação social	46
4.2.2	Missão, Visão e Valores	47
4.2.3	Ações com a comunidade	48
4.2.4	Ações com os empregados	50
4.2.5	Ações com o meio ambiente	51
4.3	SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES	52
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
	REFERÊNCIAS	57
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA	61

1 INTRODUÇÃO

As organizações estão mudando seu posicionamento, quebrando paradigmas de que uma empresa deve estar voltada apenas para o produto, mercado, preço, qualidade e cliente. Hoje, sentem a necessidade de realizar algo além do exigido pela legislação e pela economia, visando à melhoria da comunidade em que estão inseridas.

As empresas estão desenvolvendo um relacionamento mais próximo aos seus clientes, *stakeholders*¹ e empregados, buscando a melhoria de seus processos, para alavancar seus negócios de maneira ética, responsável e transparente, tornando-se mais competitiva, através de ações que protejam o meio ambiente e promovam a inclusão social.

“O mero cumprimento de leis e de regulamentações governamentais não satisfaz a ânsia de buscar o melhor para a sociedade. A lei, com todas as suas virtudes, muitas vezes tem brechas que permitem crescer grandes injustiças sociais” (ARRUDA *apud* ASHLEY, 2002, p. XV).

O Estado não consegue atender a todas as necessidades sociais de forma eficaz, surgindo, assim, oportunidades para as empresas auxiliarem na função social do Estado, através de ações voltadas diretamente para o progresso da sociedade.

Os consumidores estão acompanhando de perto as atitudes dos empresários e a maneira de administrarem as empresas, esperando que elas cresçam de maneira ética e comprometida com a comunidade, cuidando do meio ambiente, preocupando-se com a

¹ Conforme Mattar (2010, p. 317): “seriam, portanto, todos aqueles que tivessem algum tipo de *stake* (risco, participação ou interesse) naquilo que a organização faz e em seus resultados” [...] “Enquanto os *stokholders* são aqueles que possuem *stoks* (ações) das empresas, os *stakeholders* possuem *stake* (interesse ou participação) nas empresas.

inclusão social e realizando ações que reflitam de maneira positiva no desenvolvimento da comunidade.

Cada vez mais as empresas estão incluindo em seu planejamento ações de responsabilidade social, a fim de atingir seus objetivos e, ao mesmo tempo, preocupam-se sobre como as suas atitudes refletem na sociedade e no meio ambiente, utilizando os recursos de maneira consciente e responsável.

Por outro lado, a sociedade espera das empresas a preocupação com sustentabilidade, inclusão de pessoas com deficiência, proteção ao meio ambiente, acesso à cultura e educação, tendo em conta que o Estado não mais consegue atingir de forma eficiente todos os problemas sociais e ambientais que estão ocorrendo.

Nesse sentido, as empresas estão percebendo que cumprir somente o que a legislação determina não é o suficiente para atender as exigências do mercado e da sociedade, mas sim, é preciso ir muito além do mero cumprimento da lei.

1.1 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO

A responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir os negócios e encarar os desafios do mercado competitivo, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade, por meio da interação das empresas com a comunidade, verificando a obediência à legislação brasileira e aos investimentos destinados aos projetos sociais.

Este estudo tem por finalidade fazer um levantamento nas micro e pequenas empresas de Carazinho - RS, do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira, para verificar o que estão fazendo sobre a sua responsabilidade social empresarial, bem como averiguar quais ações sociais são realizadas por elas.

Assim, busca-se com a pesquisa responder a seguinte questão: **O que os micro e pequenos empresários do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira acreditam ser responsabilidade social e quais são as ações efetivas das suas empresas, em Carazinho – RS, quanto à responsabilidade social empresarial?**

1.2 OBJETIVOS

Este tópico expõe os objetivos que direcionarão o presente estudo, estruturado nos itens a seguir, sendo eles objetivo geral e objetivos específicos.

1.2.1 Objetivo geral

Identificar a percepção dos micro e pequenos empresários do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira, sobre responsabilidade social empresarial, na cidade de Carazinho - RS, visando identificar as ações que suas empresas realizam efetivamente.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar o conhecimento sobre responsabilidade social que os micro e pequenos empresários, do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira, da cidade de Carazinho – RS possuem;
- Identificar as ações de responsabilidade social empresarial empreendidas pelas organizações estudadas;
- Analisar se as falas dos empresários estão em conformidade com as ações empreendidas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Boaventura (2004, p. 63), explica que “são os suportes teóricos que sustentam o problema”. Sendo assim, os itens seguintes destinam-se a proporcionar maior entendimento em relação ao tema proposto.

2.1 O ESTADO: BREVE HISTÓRICO

A sociedade que é composta por pessoas que possuem uma cultura, interagindo de maneira que formam uma comunidade, passa a ser mais organizada quando regida por leis, valendo a vontade da maioria do povo. O Estado passa a ter atribuições para com a sociedade, promovendo a segurança, o bem estar social e econômico. Caetano (1996, p. 121-2) traz a seguinte noção de Estado:

O estudo descritivo de algumas constituições políticas teve por objetivo mostrar, a título de exemplo, vários dos modos por que se governam ou têm governado os povos modernos. Através dele se tomou contato com a forma que nos nossos dias reveste a sociedade política nos países civilizados e que chamamos Estado. A primeira noção – ainda sem rigor técnico – que se colhe do Estado é a de um povo fixado num território, de que é senhor, e que dentro das fronteiras desse território institui, por autoridade própria, órgãos que elaborem as leis necessárias à vida coletiva e imponham a respectiva execução.

O Estado, que existe em um território povoado, é responsável por governá-lo, cumprindo com suas obrigações, para que se estabeleça à ordem e o convívio das pessoas que o habitam, assegurando a igualdade e a liberdade. Na concepção de Leal (2001, p. 75), existe mais de uma definição de Estado:

Parece ser seguro afirmar que existem 03(três) definições de Estado nas obras principais de Thomas Hobbes: 1ª) o Estado como multidão de homens unidos como uma pessoa por um poder comum para a paz, defesa e vantagem comuns dos mesmos; 2ª) uma única pessoa, cuja vontade, em virtude dos pactos contratados reciprocamente por muitos indivíduos, deve ser considerada a vontade de todos esses indivíduos, de modo que ela pode se servir das formas e dos bens dos indivíduos para a paz e a defesa comum; 3ª) uma pessoa de cujos atos cada indivíduo de uma grande multidão, com pactos recíprocos, faz-se autor a fim de que ela possa usar a força e os meios de todos, conforme creia oportuno, para a paz e a defesa comuns.

A existência do Estado pode ser interpretada de diversas maneiras, pois ele é responsável por defender os interesses de uma população, procurando instituir a paz, prevalecendo sempre o bem estar comum. Para que isso ocorra, foram instituídas as leis civis, que regulamentam a forma de atuação do Estado e da sociedade, as quais devem ser seguidas de forma inafastável, sendo que através do seu cumprimento é possível promover o desenvolvimento da sociedade.

Mas, nem sempre o Estado foi visto dessa forma; ocorreu um período na história, a chamada época do capitalismo, em que prevaleciam os interesses dos possuidores de capital, sendo a propriedade privada quem detinha os meios de produção, defendendo o livre mercado, entendendo que o Estado não deveria intervir na economia.

A obrigação de controlar toda a economia era do setor privado com fins lucrativos, sendo função do Estado, apenas definir, regulamentar e fiscalizar o cumprimento das leis instituídas. Conforme destaca Barros (2007, p. 3):

Assenta-se o sentimento de que a liberdade de comércio e de indústria consagrava o princípio da não-intervenção do Estado no funcionamento normal do mercado, propiciando a implantação da ordem econômica almejada pela burguesia. Na verdade, o ideário era não só de consagração do princípio do não intervencionismo Estatal, mas entendia-se que a ordem econômica (em seu sentido empírico) somente funcionaria se o Estado não interviesse na economia.

Com o livre funcionamento da economia sem controle da produção industrial, houve um grande desequilíbrio entre a demanda e oferta, acarretando sobra de mercadorias no mercado, conseqüente queda dos preços, levando as empresas frear os investimentos e reduzir a mão-de-obra, provocando o desemprego e desencadeando uma crise econômica e social, conforme se verifica no relato de Lopes (*apud* BENTO, 2014):

Mesmo antes da depressão dos anos de 1930, logo após o fim da Primeira Guerra Mundial, começou-se a autorizar o Estado a intervir na ordem econômica e social, para salvar o capitalismo de si mesmo. (...) Convém salientar que os objetivos desse novo perfil de Estado, ao se livrar ainda de forma branda das amarras liberais de não intervenção, consistiam na preservação do capital, vale dizer, garantir a sua acumulação sem solução de continuidade como condição de sobrevivência da própria economia de mercado.

Com o advento da crise capitalista, que defendia a não intervenção do Estado, surge a teoria Keynesiana, defendendo a ideia que o Estado deve intervir na economia de forma política, fiscal e tributária, sempre que julgar necessário, para que ocorra um equilíbrio econômico, social e político, principalmente em caso de crises econômicas. Como comenta Sousa (2015, s/p):

(...) o keynesianismo defende a necessidade do Estado em buscar formas para se conter o desequilíbrio da economia. Entre outras medidas, os governos deveriam aplicar grandes remessas de capital na realização de investimentos que aquecessem a economia de modo geral. Paralelamente, era de fundamental importância que o governo também concedesse linhas de crédito ao baixo custo, garantido a realização de investimentos do setor privado.

O Estado é considerado como sendo o principal determinador das regras e normas que a sociedade deve seguir, tendo autonomia para interferir nos aspectos sociais, políticos e econômicos. Por meio desse poder, o Estado tem condições de promover o desenvolvimento das empresas privadas, através de incentivos como a redução de juros de empréstimos financeiros, possibilitando investimentos nas empresas e como reflexo geração de empregos e distribuição de renda para toda a sociedade. Para garantir a ordem econômica e social, o Estado colocou-se a frente das decisões, investindo na economia, conforme salienta Dellagnezze (2012):

A teoria keynesiana atribuiu ao Estado o direito e o dever de conceder benefícios sociais que garantam à população um padrão mínimo de vida como a criação do salário mínimo, do seguro-desemprego, da redução da jornada de trabalho (que então superava 12 horas diárias) e a assistência médica gratuita. O Keynesianismo ficou conhecido também como “Estado de Bem Estar Social”.

O Estado de bem estar social, nos países em que foi implementado, deveria ser o modelo ideal para a sociedade, assegurando melhores condições de vida, atendendo as necessidades básicas como alimentação, segurança, educação, saúde, começou a ser afetado pela crise energética mundial que ocorreu em meados dos anos 1970, com a elevação dos preços dos barris de petróleo, sendo a principal fonte de energia mundial, como relata Fuhrmann (2015):

Os Estados sofreram impactos violentos em suas contas públicas, que logo se tornaram deficitárias comprometendo as estruturas de políticas públicas de caráter social. Havia um descompasso entre receitas e despesas públicas, instaurando-se um círculo vicioso, no qual, diante da conjuntura da crise econômica, era impedido ao Estado uma menor incidência tributária, enquanto que se aumentava a debilidade pública e as necessidades sociais. Neste contexto destacamos a crise da seguridade social, notadamente no âmbito da previdência social e no sistema de saúde, que se agravaram na medida do envelhecimento populacional.

Para manter o Estado de bem estar social, o Estado cobrava altas taxas tributárias afetando assim a lucratividade e o desempenho das empresas privadas, que não suportavam mais financeiramente manter esse modelo de Estado, presumindo que resultaria em menor crescimento econômico.

Com o insucesso da implementação do Estado de bem estar social, surge o neoliberalismo, consoante se observa nas palavras de Xavier (2014, p. 21):

Outra faceta específica da política neoliberal também atinge diretamente a relação de gastos que o Estado mantém com as necessidades essenciais da sociedade civil. De acordo com tal teoria, os gastos públicos do governo neoliberal com educação, previdência social e outras ações de cunho assistencial devem ser reduzidas ao máximo. Caso essas demandas se ampliassem, o próprio desenvolvimento da economia proveria meios para que a sociedade civil resolvesse tais questões.

O neoliberalismo defendia que a economia era essencial para que ocorresse a liberdade política e democrática, entendendo que para existir a liberdade política deve haver liberdade econômica, sendo até então, controlada apenas pelo Estado, como aponta Forigo (2012):

Paulo Netto (1995), afirma que, para os neoliberais, o Estado de Bem-Estar Social enfraqueceu os alicerces da família, reduziu o incentivo para o trabalho, a poupança e a inovação, fez diminuir a acumulação do capital e limitou a liberdade humana. Isso ocorreu porque, à medida que o Estado não conseguiu fornecer estrutura suficiente para diminuir a pobreza, a iniciativa privada foi obrigada a voltar-se para o social. Como consequência, investiu menos em seu próprio capital, deixando de inovar, aplicar em tecnologia e aumentar a capacidade produtiva e fazendo diminuir postos de trabalho.

No Brasil, o Estado de bem estar social não passou de um esboço, sendo encarado como uma forma de assistência e não de desenvolvimento para a sociedade, resultando em uma grande desigualdade social, desencadeando a pobreza e reduzindo o desenvolvimento humano. O Estado deixou de lado sua responsabilidade de prestar serviços à sociedade, não promovendo o bem estar do cidadão como de fato deveria fazer. A partir de então a preocupação da sociedade com o desenvolvimento social, busca mudanças, conforme Mattei (2012, p. 120):

(...) observamos que a sociedade civil aparece com um novo foco, como se houvesse uma reviravolta, sofrendo uma crise de identidade e força política. Entende-se que de certa forma certa geografia da esquerda foi apagada, de cujos destroços surgiram movimentos que questionam a globalização neoliberal e apontam para um novo desenho ideológico, geográfico e político. No tocante ao conceito de cidadania, desde a década de 1980 vem ganhando força no pensamento social e político brasileiro. A palavra cidadania vem de transformações embutidas primeiro, por uma forma autoritária de governo e posteriormente pela redescoberta da democracia. Sendo assim, o ativismo social cresce, despertando no empresariado brasileiro sua autoconstituição de responsabilidade social.

As empresas passaram a ter a percepção da importância de uma sociedade bem estruturada, pois elas dependem de mão-de-obra qualificada, cidades desenvolvidas, tecnologias avançadas para poder se manter e progredir na sociedade em que está inserida. Assim, como as empresas esperam da sociedade desenvolvimento, a sociedade espera das empresas auxílio para melhores condições de vida. Segundo Cimbalista (2001, p. 13) a sociedade espera das empresas uma solução para as questões sociais, pois:

As enormes carências e desigualdades sociais no Brasil conferem à responsabilidade social empresarial uma relevância ainda maior. Diferentemente do sentimento ou expectativa com relação ao governo, a sociedade brasileira tem repassado às empresas, de certa forma, o cumprimento de um novo papel no processo de desenvolvimento, isto é, serem atores de mudança social, construtores de uma sociedade melhor.

A formação de uma sociedade melhor é um dos objetivos da Constituição Federal Brasileira de 1988, que surge para implementar o modelo de Estado de bem estar social, que não prevaleceu no País. A Constituição que prevê que o Estado é responsável por promover o bem estar da população, também passou a ter o auxílio das empresas privadas, tendo-as como parceiras na implementação desse novo Estado que se vislumbrou, como será abordado no próximo tópico.

2.1.1 O Estado e a sua função social

Com o advento da Constituição Federal de 1988 arraigou-se a noção de que a empresa além de visar ao lucro também possui um papel socioeconômico frente à sociedade, devendo atuar ao lado do Estado no sentido de proporcionar aos cidadãos uma vida mais digna, priorizando valores como cidadania e livre iniciativa, tal como está previsto nos fundamentos da República Federativa do Brasil, conforme consta na Constituição Federal de 1988 (2014, p. 27), nos seguintes termos:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:
I - a soberania;
II - a cidadania;
III - a dignidade da pessoa humana;
IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
V - o pluralismo político.

Nesse sentido, as micro e pequenas empresas possuem um papel eminentemente social, pois apesar de se viver em um mundo capitalista, o mundo empresarial, e aí enquadram-se todas as figuras empresariais, possuem objetivos semelhantes aos da República Federativa do Brasil.

Com efeito, a construção de uma sociedade livre, justa e solidária e o desenvolvimento nacional e social estão dentre os objetivos do País, conforme a Constituição Federal de 1988 (2014, p. 27):

Art. 3º Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil:

I - construir uma sociedade livre, justa e solidária;

II - garantir o desenvolvimento nacional;

III - erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais;

IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Ao lado do Estado as micro e pequenas empresas são co-responsáveis pelo progresso econômico e social das classes econômicas menos favorecidas, na medida em que as empresas proporcionam emprego e renda a uma incontável parcela da população brasileira.

Logo, adquirem importância no cenário econômico e social do país, de modo que o Estado deve fortalecê-las e incentivá-las cada vez mais, sempre com intuito de dar o devido progresso social que se propôs em 1988, atingindo, portanto, o propósito do efetivo desenvolvimento socioeconômico e cumprindo com os princípios da Justiça Social e do Estado Democrático de Direito.

A garantia do desenvolvimento nacional vem estampada nas palavras de Mamede (*apud* LORGA, 2012, p. 222):

Todos conhecemos histórias de grandes empresários que começaram com uma pequena loja, uma fabriqueta de fundo de quintal, um único ônibus ou caminhão. São incontáveis. Em todas essas histórias, a percepção de que é preciso haver políticas que compensem os desníveis oferecidos pelo reconhecimento dos direitos hereditários, facultando às pessoas, naturais ou morais, ascenderem socialmente por sua competência, apesar da resistência dos que já estão estabelecidos e, por certo, resistem a dividir seu poder e sua riqueza com outros. Uma simples política de justiça distributiva que, sim, poderia ser definida como aristotélica.

O trecho doutrinário acima citado encontra eco nos ditames propostos pelo art. 6.º da Constituição Federal de 1988 (2014, p. 29) que, num tom essencialmente social, fixou as diretrizes sociais mínimas.

Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição.

Não foi por acaso que a Constituição Federal de 1988 ao estabelecer os direitos sociais do art. 6º, também reconheceu mais adiante como princípios gerais da atividade econômica, o respeito a livre iniciativa e a valorização do trabalho humano, nos termos que acompanham o art. 170 (2014, p.69):

Art. 170 A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

[...]

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País; [...]

Nota-se que no mesmo viés social estabeleceu a Constituição Brasileira a proteção e defesa do meio ambiente, ou seja, fixou as bases limitadoras para o desenvolvimento econômico e social, salvaguardando o meio ambiente do voraz progresso econômico e social, ao lado, ainda, do objetivo de reduzir as desigualdades sociais e regionais, com a busca do pleno emprego.

Ademais, a Constituição cuidou de favorecer e conceder tratamento distinto às empresas de pequeno porte que operem no Brasil, a fim de acelerar o crescimento econômico e social do país.

Logo, não se pode esquecer que as micro e pequenas empresas trazem a reboque o sonho e esperança de muitos brasileiros que, mergulhados na livre iniciativa privada e sob sentimento democrático, embarcam no sonho de serem empresários e donos do seu próprio negócio, iniciando, muitas vezes, pela própria micro ou pequena empresa por ser a forma mais favorável e talvez mais simplificada de cumprir seu objetivo.

Efetivamente poder criar seu micro ou pequeno negócio e trabalhar para sua subsistência e mais, com a esperança de poder acumular lucro e riqueza, consolida vários objetivos constitucionais da República, dentre os quais o princípio da Ordem Econômica digna. Em essência, é o entendimento de Moraes (2006, p. 723) que ensina:

A ordem econômica constitucional (CF, arts. 170 a 181), fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, assegura a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos expressamente previsto em lei, e tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os princípios previstos no art. 170.

É sabido que a ordem econômica impulsiona os movimentos econômicos da sociedade e o artigo 174 da Constituição Federal de 1988 define as bases em que o Estado Brasileiro, na forma da lei, irá atuar na defesa da ordem econômica, ora atuando como agente regulador e ora como agente normativo, mas ambos a fim de fiscalizar e planejar os posteriores incentivos que deverá propiciar às micro e pequenas empresas. Diz o citado dispositivo legal (2014, p. 69):

Art. 174. Como agente normativo e regulador da atividade econômica, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado.
§ 1º A lei estabelecerá as diretrizes e bases do planejamento do desenvolvimento nacional equilibrado, o qual incorporará e compatibilizará os planos nacionais e regionais de desenvolvimento.
[...]

Na visão de Scott (2000, p. 126) o artigo 174 demonstra o incentivo e estímulo do Estado na atividade econômica:

O incentivo da atividade econômica, previsto no caput do artigo 174 da CF, traz em si a ideia de estímulo, estímulo estatal que é oferecido pelo Estado a um comportamento conveniente ao ambiente socioeconômico, seja no sentido da sua regulação ou evolução.

Numa visão mais ampla do incentivo, Drucker (1998, p. 326) traz uma preocupação com o aumento de taxas e impostos na proporção que o Estado tenha no cuidado dos problemas sociais, destacando-se o seguinte:

Não mais que uma geração atrás, as pessoas que hoje clamam pela responsabilidade social das empresas (ou das universidades) esperavam que o governo cuidasse de todos os problemas sociais, ou até mesmo de cada problema dos cidadãos. Ainda hoje, em todos os países se fazem sentir pressões para conseguir mais e mais programas governamentais - embora também se sinta uma resistência cada vez maior contra a criação de mais taxas e impostos.

O processo de globalização, as inovações tecnológicas e de informação, tiveram influência na mudança de paradigma, no modelo de intervenção do Estado na sociedade, como aponta Dias (2012, p. 2):

O Estado, por sua vez, entra em um processo de reformulação de seu papel. Gradativamente vai perdendo seu papel tradicional de executor e interventor, assumindo uma função mais reguladora, transferindo responsabilidades e funções ao mercado e à sociedade de um modo geral. As organizações a sociedade civil passam a assumir maiores responsabilidades, há uma maior difusão de valores como de solidariedade que fomentam ações sociais voltadas para melhorar a qualidade de vida de públicos que antes eram atendidos pelo Estado.

Como visto, o Estado tem legalmente a responsabilidade de incentivar e auxiliar as empresas no desenvolvimento da sociedade. Com essa mudança de cenário, as empresas também mudaram a sua concepção sobre a sua responsabilidade social que até então era função exclusiva do Estado, agora passa a fazer parte também do mundo empresarial, assunto do próximo tópico.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Conforme Drucker (1998, p. 323), o significado de responsabilidade social da empresa mudou desde o início de 1960 até os dias de hoje. Anteriormente, a responsabilidade da empresa era simplesmente com seus acionistas e com o lucro a ser atingido com a sua atividade, mas também pela responsabilidade social que o empregador adotava perante seus empregados.

Entendia-se, até então, que a empresa existia para beneficiar apenas seus sócios, não podendo direcionar seu lucro a outros fins, a não ser em atividades que trouxessem lucros para os sócios, tanto atividades sem fins lucrativos quanto os investimentos realizados. Porém, com o passar do tempo, a responsabilidade social passou a ser introduzida nas empresas, como comenta Ashley (2002, p. 19):

[...] defensores da ética e da responsabilidade social corporativa passaram a argumentar que, se a filantropia era uma ação legítima da corporação, então outras ações que priorizam objetivos sociais em relação aos retornos financeiros dos acionistas seriam de igual legitimidade, como o abandono de linhas de produto lucrativas, porém nocivas ao ambiente natural e social. Começou-se a discutir, no meio empresarial e acadêmico, a importância da responsabilidade social corporativa pela ação de seus dirigentes e administradores, inicialmente nos Estados Unidos e, posteriormente, no final da década de 1960, na Europa, por autores como Bowen, Mason, Chamberlain, Andrews e Galbraith.

A responsabilidade social empresarial, no Brasil, vem se desenvolvendo constantemente, segundo Alonso, López e Castrucci (2012, p. 168):

No Brasil, desde a década de 80, vem-se desenvolvendo a prática da responsabilidade social por parte das empresas: de doações e ajudas eventuais a entidades sociais ou filantrópicas até a sofisticação de ajudas incluídas no planejamento estratégico, para grandes projetos sociais, e a constituição de fundações voltadas para as carências significativas da comunidade.

O ponto de vista dos empresários está em constantes mudanças em relação à introdução da responsabilidade social nos objetivos da empresa, como cita Maria Cecília Coutinho de Arruda ao apresentar a obra de Ashley (2002, p. 15):

Num momento em que as organizações poderiam licitamente se eximir da responsabilidade social, lembrando que o *onus* desta questão cabe ao governo, apareceram as empresas cidadãs, ajudando a liderar o processo de reconstrução social do país. Iniciativas de muito mérito surgiram, contando com a adesão de empregados e das comunidades. Resultados muito positivos já podem ser detectados, e outros só com o tempo serão mensurados.

Conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo (Sebrae-SP) é um desafio da gestão empresarial:

Atualmente nosso grande desafio é incorporar a questão da responsabilidade social de forma sistêmica na gestão empresarial. Como não é mais possível tratar os aspectos de planejamento, custos, finanças, mercado, tecnologia isoladamente, é preciso agregar a responsabilidade social ao cenário gerencial, de maneira natural, dando o peso que este fator merece, uma vez que as corporações privadas têm um novo (e fundamental) papel na construção do desenvolvimento social, antes restrito à esfera governamental (2005, p. 6).

As empresas, portanto, vem se preocupando com a questão social, atuando internamente e incluindo em sua gestão a responsabilidade social, de maneira que envolva os empregados e a comunidade tentando com isso fazer uma inter-relação entre empresa e sociedade.

Passaram, então, as empresas a se preocupar mais com as questões sociais, destinando espaço em seu planejamento e em seus objetivos para se dedicarem a ações que melhorem a comunidade em que vivem, iniciando internamente com as atitudes voltadas ao relacionamento e benefícios repassados aos seus empregados e depois multiplicando tais práticas na comunidade em que estão inseridos.

No entendimento de Mattar (2010, p. 316-7), nas últimas décadas, estabeleceu-se uma visão mais ampla de responsabilidade social das organizações capitalistas, sendo destacados os valores dos *stakeholders*, incluindo todo grupo ou indivíduo que podem atingir ou são atingidos pelas ações, decisões, práticas e objetivos da empresa. Já na interpretação de Dias (2012, p. 1-2):

O conceito de cidadania corporativa considera a empresa um agente e sujeito decisivo para a configuração da sociedade. Por isso, pode-se afirmar que os acontecimentos que envolvem essas organizações, incluindo os escândalos financeiros, os acidentes ambientais, o envolvimento com a corrupção de funcionários públicos, as ações que alimentam a guerra em diversos países, a sustentação de ditadores, a exploração do trabalho humano de um modo geral, e particularmente, das mulheres e crianças constituem elementos que tem influenciado parcelas cada vez mais amplas de dirigentes empresariais e que passam a favorecer e fomentar a expansão de uma cultura empresarial responsável que busca reagir a esse quadro de irresponsabilidade histórica dos setores produtivos.

Essa mudança de paradigma das empresas, frente aos fatos que ocorreram em relação às atitudes negativas perante a sociedade, com o descaso com a preservação do meio ambiente, exploração de mão de obra entre outras influências da ação empresarial, ocorridos há um longo período de tempo, vem mudando o ponto de vista que as empresas tinham sobre si mesmas, passando a se preocupar com os grupos que a envolvem, tomando atitudes que as afetem de maneira positiva e responsável para com a sociedade.

Costa (2014, s/p) traz o seguinte conceito de responsabilidade social empresarial:

Responsabilidade Social Empresarial são ações das empresas que beneficiam a sociedade. São causas sociais relevantes para as comunidades, contribuindo com a política social. É uma forma de gestão que pretende diminuir os impactos negativos no meio ambiente e comunidades, preservando recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e reduzindo a desigualdade social. São as corporações se conscientizando do seu papel no desenvolvimento na comunidade que está inserida, criando programas que levam em consideração a natureza, economia, educação, saúde, atividades locais, transportes.

É, em síntese, esse o entendimento sobre responsabilidade social das empresas para com a comunidade, sendo uma integração e conjunção de diversos aspectos, como comenta Mattar (2010, p. 317):

As empresas teriam, então, responsabilidade social para com as comunidades e nações em que estão inseridas, com o meio ambiente, com seus clientes, com seus distribuidores, seus fornecedores, seus empregados e até mesmo com seus concorrentes. A noção de responsabilidade corporativa é aqui claramente expandida – as organizações não são responsáveis por proteger apenas seus acionistas, mas também os interesses de todos aqueles que com ela interagem ou são afetados.

A empresa deve preocupar-se como suas ações e objetivos afetam o meio em que está introduzida, e a maneira que se relaciona com seus *stakeholders*, direcionando para o bem social e cuidando do meio ambiente. O relacionamento da empresa com a comunidade é muito importante para o seu desenvolvimento, no entendimento de Costa (2014, s/p), dá se no seguinte pensamento:

Uma empresa que trabalha o conceito de que o bom relacionamento com a comunidade é tão importante quanto apresentar ao mercado produtos de qualidade, faz seu produto se tornar altamente valorizado perante uma grande parcela dos consumidores. Aumenta a satisfação dos clientes e até torna-os mais fiel a marca, ganhando vantagens competitivas perante seus concorrentes. A sociedade costuma valorizar empresas que praticam a filantropia ou que protege o meio ambiente, tanto que muitas pessoas pagariam mais por produtos que são politicamente corretos.

Como visto, a co-criação de uma nova sociedade, ao lado do Estado, as empresas passam a se diferenciar na própria sociedade sendo vistas e reconhecidas por ela, diferenciando-se no mercado competitivo justamente por essa peculiaridade.

Conforme comenta Ashley (2002, p. 38), na orientação para a comunidade, à responsabilidade social da empresa é percebida como uma ação voluntária da direção, de maneira eventual ou estratégica. Essa orientação causa um imenso impacto na sociedade, podendo gerar um mercado de trabalho para o terceiro setor, aumentando o valor agregado à imagem da empresa junto ao governo, trabalhadores, clientes, concorrentes, parceiros e fornecedores.

No que diz respeito ao relacionamento com o Estado ou governo, Ashley (2002, p. 38) considera o seguinte:

A responsabilidade social da empresa está no estrito cumprimento de suas obrigações definidas e regulamentadas em lei. É vista apenas sob o aspecto jurídico/legal: só se faz o que a lei obriga. Em um contexto de incertezas jurídicas, econômicas e sociais, esse tipo de abordagem é extremamente arriscada, pois o que era permitido hoje pode ser proibido amanhã, e a empresa pode não estar preparada para mudanças rápidas de posicionamento e atitude.

Essa orientação para com o Estado ou governo traz o posicionamento de que a responsabilidade social é função do Estado ou do governo, mas as empresas estão tendo a ciência de que devem ter atitudes de constante mudança e evolução, indo além do que é exigido por lei, dando uma nova configuração a função social da empresa.

Outra relação de importância para a empresa é a voltada para seus empregados, primando pelo bom relacionamento, repassando a eles seus objetivos sociais, estando em sintonia pra aplicar ações na comunidade. Na concepção de Barbosa, Morro e Lopes (2006, p. 2):

Aos funcionários a empresa deve ter uma relação ética em suas relações de trabalho, como políticas organizacionais, conflito de interesses, atividades paralelas, etc., com o objetivo de oferecer uma visão de empresa responsavelmente social, disseminando a todas as pessoas envolvidas na organização, para que os mesmos acreditem e pratiquem sua ideia.

Depreende-se do trecho acima citado que no tratamento oferecido aos empregados a empresa deve agir de forma ética e transparente, fazendo com que eles contribuam e

entendam a importância de contribuir com a realização de ações sociais e ter atitudes voltadas para a questão social.

Sem se opor aos comentários acima, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae complementa o raciocínio trazendo uma abordagem acerca do procedimento que as empresas devem ter para tratar o meio ambiente, nas seguintes palavras:

Gerenciar com responsabilidade ambiental é procurar reduzir as agressões ao meio ambiente e promover a melhoria das condições ambientais. As empresas, de um modo ou de outro, dependem de insumos do meio ambiente para realizar suas atividades. É parte de sua responsabilidade social evitar o desperdício de tais insumos (energia, matérias-primas em geral e água) (2003, p. 25)

Assim, as empresas devem levar em consideração que elas dependem dos recursos naturais para a realização de sua atividade, independente do setor ou ramo de atividade, visto que o meio ambiente abrange a todos, devendo, portanto, contribuir com a redução dos impactos que sua atividade pode gerar no meio ambiente.

Com isso, entra em cena um novo componente, qual seja, o aspecto limitado do meio ambiente, que freia os impulsos, clamando por sua sustentabilidade, é o que se verifica no comentário de Dias (2012, p. 3):

(...) os processos produtivos e os produtos gerados afetam o ambiente natural. Por outro lado, há um aumento da demanda global por produtos, que por sua vez são gerados a partir de recursos naturais o que contribui para o gradativo esgotamento. E, há uma crescente sensibilização ambiental das sociedades humanas provocando um aumento das exigências ecológicas quanto aos processos produtivos e produtos gerados pelas empresas.

Os consumidores exigem das empresas uma demanda cada vez maior de produtos disponíveis no mercado, e ao mesmo tempo em que exigem qualidade e disponibilidade, também exigem que as empresas atuem de maneira sustentável, reduzindo os impactos de sua produção no meio ambiente.

Ao se tratar da relação da empresa com seus fornecedores, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae (2003, p. 32), orienta:

Todo empreendimento socialmente responsável deve estabelecer um diálogo com seus fornecedores, sendo transparente em suas ações, cumprindo os contratos estabelecidos, contribuindo para seu desenvolvimento e incentivando os fornecedores para que também assumam compromissos de responsabilidade social.

Na relação com os fornecedores, à empresa deve estabelecer um diálogo deixando um caminho aberto de transparência, buscando obter informações sobre a empresa e como ela trata a questão da responsabilidade social, verificando se possui atitudes sustentáveis,

demonstrando a preocupação além do trivial do meio ambiente, fornecendo produtos de qualidade e respeito à livre concorrência.

Essa realidade faz parte de uma nova perspectiva empresarial de responsabilidade social, como comenta Contente (2015, s/p):

O simples fato do microempresário ter uma preocupação de selecionar seus fornecedores em termos de ética e valores, selecionar os fornecedores que cumprem sua obrigação com o social e meio ambiente, já força que esses mesmos fornecedores adotem uma política de responsabilidade social. Ser um consumidor consciente é um grande passo nesse sentido e não custou nem um centavo ao microempresário.

Ao selecionar fornecedores que adotam a responsabilidade social em sua cultura organizacional, a empresa está contribuindo na disseminação dessa ideia de que o melhor caminho para o desenvolvimento da sociedade e das empresas, é a preservação ambiental, o equilíbrio econômico e social, sem ter custo financeiro adicional por isso.

Levando em consideração todas as relações de responsabilidade social que a empresa possui, pode-se observar que todas são de suma importância para os envolvidos, não importando que tipos de problemas sociais se apresentem para solução, buscando a empresa, atende-los, conforme aponta Drucker (1998, p. 324-5):

Essa nova concepção da responsabilidade social já não pergunta quais são as limitações da empresa, ou o que ela deveria estar fazendo em favor daqueles que se encontram sob sua autoridade imediata. Ela exige que as empresas assumam responsabilidade em relação aos problemas sociais, às questões sociais e às metas políticas e sociais, bem como que passem a ser guardiãs da consciência social e as solucionadoras dos problemas sociais.

Por fim, após essa mudança de modelo acerca da responsabilidade social empresarial a sociedade está mudando sua postura e passa a exigir das empresas mais atitudes voltadas à nova postura de responsabilidade social empresarial, buscando solucionar questões sociais e ambientais em todos os seus atos, beneficiando a sociedade em geral, na busca da implementação de uma nova realidade social, não ficando limitada a apenas buscar o próprio desenvolvimento empresarial, mas indo além disso auxiliando o Estado na criação da citada nova realidade.

2.3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

A partir desse novo paradigma social empresarial, a Constituição Federal de 1988 estabeleceu um tratamento diferenciado para as micro e pequenas empresas, facilitando o seu desenvolvimento.

Tal facilitação, dentre outros aspectos, deu ensejo à criação de uma Lei em 2006, própria para as micro e pequenas empresas, regulamentando o disposto Constitucional, edificado em 1988, conforme aponta o Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas: “A Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte foi instituída em 2006 para regulamentar o disposto na Constituição Brasileira, que prevê o tratamento diferenciado e favorecido à microempresa e à empresa de pequeno porte” (SEBRAE, 2014, s/p).

Segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae, verifica-se que para as micro e pequenas empresas surgirem, torna-se necessário a análise das oportunidades de novos negócios, seja através de projetos de desenvolvimento local ou regional, realizando parcerias com outras pequenas ou grandes empresas, ou através da possibilidade de atender novos tipos de consumidores e clientes (SEBRAE, 2003, p. 46).

No conceito de microempresa o Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014, s/p) oferece uma definição e exemplifica o que compreende esse conceito:

A microempresa será a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário, a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00.

E, complementa com o enquadramento sobre a empresa de pequeno porte (2014):

Se a receita bruta anual for superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior é R\$ 3.600.000,00, a sociedade será enquadrada como **empresa de pequeno porte**. Estes valores referem-se a receitas obtidas no mercado nacional. A empresa de pequeno porte não perderá o seu enquadramento se obter adicionais de receitas de exportação, até o limite de R\$ 3.600.000,00.

Em reportagem veiculada no Jornal Hoje da Rede Globo (EMPREENDEDORISMO..., 2014, s/p.), colhe-se um dado interessante e atual sobre as micro e pequenas empresas do seguinte teor: “O Brasil já tem nove milhões de micro e pequenas empresas. São empreendedores que decidiram apostar no próprio negócio”.

As micro e pequenas empresas têm contribuído de maneira considerável no desenvolvimento econômico e social, com a geração de emprego e renda, conforme dados obtidos na Cartilha da Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (2013/2014, p.19), as micro empresas e empresas de pequeno porte:

Em abril de 2014, os pequenos negócios computaram saldo líquido de 97.890 novos empregos celetistas, correspondendo a aproximadamente 93% dos empregos formais gerados no país naquele mês, sendo que as médias e grandes empresas (MGE) e a Administração Pública registraram, respectivamente, a criação líquida de 4.007 e de 3.487 postos de trabalho. Esses dados deixam claro que são as micro e pequenas empresas que mais gera empregos no Brasil.

Esses altos números destacam as micro e pequenas empresas também por sua facilidade na obtenção de crédito e por seu diferencial na sua atuação socialmente responsável, conforme o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae (2003, p. 46):

As micro e pequenas empresas podem buscar na atuação socialmente responsável um diferencial de mercado que, entre outros benefícios, as credencia a ser fornecedoras de grandes empresas que adotam essa forma de gestão como critério de seleção. Além disso, práticas empresariais socialmente responsáveis dão credibilidade à gestão do negócio e facilitam na obtenção de crédito.

Em que pese o nome ser de micro e pequena empresa não se pode ter essa noção enquanto importância social das micro e pequenas empresas, pois a participação dos pequenos negócios é de grande monta nos negócios sociais, e através delas os empregos e impactos são impulsionados por esses pequenos/grandes empreendimentos, como destacado pelo Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014, s/p):

A atuação e participação dos pequenos negócios também se dá no emergente setor de negócios sociais. Sendo assim, é necessário desenvolver competências para que a gestão desses empreendimentos gerem receitas constantes, empregos e impactos sociais e/ou ambientais positivos.

A atuação das micro e pequenas empresas tem contribuído de maneira significativa, com o progresso econômico e social do País, como traz a Cartilha da Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (2013/2014, p. 13):

As microempresas, empresas de pequeno porte e os microempreendedores individuais contribuem com parcela considerável da geração de emprego e renda em todo o país. No âmbito local, esse setor desempenha papel ainda mais relevante, pois movimentam a economia das cidades e colabora para a arrecadação de tributos a serem revertidos em serviços e investimentos de interesse da população. Por esse motivo, os governos devem trabalhar para implementação de políticas públicas necessárias para suporte e incentivo ao seu desenvolvimento.

Considerando essa considerável contribuição das micro e pequenas empresas, é muito importante o incentivo dos Estados e Municípios para as micro e pequenas empresas,

respeitando o tratamento diferenciado determinado pela Constituição Federal, impulsionando e incentivando o seu crescimento promovendo a expansão desse setor. Pois conforme a Cartilha da Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (2013/2014, p.11), o tratamento diferenciado para as micro e pequenas empresas, complementa a:

Inclusão de qualquer microempresa e empresa de pequeno porte no acesso aos benefícios e processos desburocratizados da Lei Geral das MPE: simplificação dos processos de abertura e baixa, acesso aos mercados, simplificação das relações de trabalho, fiscalização orientadora, incentivos ao associativismo, estímulo ao crédito, à inovação, acesso à Justiça, entre outros.

As micro e pequenas empresas vem crescendo a cada ano, recebendo estímulos do Governo para desenvolver seu negócio, através da facilidade de sua formalização, por meio de um processo menos burocrático, tendo acesso à exportação e participação dos processos de licitação do governo, trazendo com elas, o desenvolvimento da sociedade.

Para que as micro e pequenas empresas possam contribuir com ações sociais, é necessário que elas tenham uma gestão sólida, que gere lucro para poder atuar ativamente na comunidade.

2.4 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RAMO DA INDÚSTRIA MOVELEIRA

O crescimento das micro e pequenas empresas também se verifica pelos números estatísticos, visto que da análise feita pela UNICAMP em parceria com a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, constatou-se que as micro empresas e as empresas de pequeno porte representam 98,1% da indústria moveleira:

Segundo dados do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS/MTE), existiam no Brasil mais de 18 mil empresas fabricantes de móveis em 2005, 74,3% eram micro empresas e 23,8% empresas de pequeno porte, perfazendo um total de 98,1% de empresas com menos de 100 funcionários. Por sua vez, apenas 2% das empresas do setor moveleiro podiam ser classificadas como médias ou grandes empresas. Observa-se que, ao longo da presente década, a distribuição das empresas de acordo com o porte praticamente se manteve inalterada (ABDI, 2008, p. 10).

Em se tratando de micro e pequenas empresas, destaque no presente trabalho, as indústrias de fabricação de móveis, com predominância em madeira. A nível internacional identifica-se algumas características comuns a atividade moveleira dentre está o predomínio das pequenas e médias empresas, como se verifica no comentário de Leão e Naveiro (2009, p. 1):

A indústria de móveis tradicionalmente possui características comuns à nível internacional, tais como: utilização intensiva de mão-de-obra relativamente à outros segmentos industriais; predomínio de pequenas e médias empresas; pequena participação no valor adicionado pela indústria de transformação; as modificações no seu processo produtivo podem ser feitas de maneira incremental e por etapas, devido ao variado número de operações realizadas e produtos elaborados.

No mesmo rumo do nível internacional, a indústria brasileira, serve no mesmo viés, tendo a predominância de pequenas e médias empresas do ramo de móveis de madeira, conforme apontam Leão e Naveiro (2009, p. 1):

A indústria nacional de móveis de madeira também se caracteriza pelo predomínio de pequenas e médias empresas, possuindo poucas de grande porte e também empresas do setor informal da economia. Seu processo produtivo é caracterizado por grande verticalização, ou seja, vários processos de produção que elaboram vários produtos em uma mesma unidade fabril.

Outra característica das empresas é que foram criadas por suas famílias, numa criação quase que artesanal, com pouca ou nenhuma habilidade técnica ou profissional, sendo pouco a pouco introduzidas nas modernas técnicas de administração, conforme salientam Leão e Naveiro (2009, p. 4):

Muitas empresas foram criadas por famílias de imigrantes, predominando até os dias atuais uma estrutura empresarial familiar, concentrando grande parte dos negócios da empresa. Gradualmente, tem sido introduzido modernas técnicas de administração, profissionalizando cada vez mais os quadros funcionais, buscando aumentar a eficiência, produtividade e qualidade, através de novas técnicas, procedimentos e o envolvimento dos trabalhadores.

Com o avanço social e empresarial bem como das tecnologias industriais a preocupação ecológica e ambiental vem impulsionando uma nova concepção de empresa que deve se aplicar dia a dia.

Hoje, o pensamento ecológico está presente na maior parte das atividades industriais, e futuramente deverá estar presente em todas. Isto porque os conceitos desta área tornam-se cada dia mais importantes, o que deverá forçar a sociedade a migrar de muitas ações paliativas dos dias atuais para ações ecológicas de grande envergadura no futuro. Os móveis, devido ao seu elevado consumo de materiais e embalagens, não podem ficar de fora deste processo. À medida que os consumidores se tornarem mais conscientes, a sua pressão se tornará cada vez mais forte na busca por produtos, incluindo móveis, ecologicamente corretos (O DESIGN..., 2009, s/p).

Aliás, tratando-se de preservação ao meio ambiente verifica-se que na atividade moveleira essa preocupação é ainda mais evidente, visto que a matéria prima desse ramo está intimamente ligada ao meio ambiente, reflorestamento e redução dos impactos ambientais, pelo que se depreende da reportagem veiculada na Revista Madeira:

O cuidado com a preservação do meio ambiente deve estar presente em todas as etapas do desenvolvimento do produto. Este pensamento direcionado à preservação do meio ambiente vem crescendo nos últimos anos, visto às exigências do mercado externo que restringe drasticamente o comércio de móveis construídos com madeiras não reflorestáveis. (...) Na embalagem, uma preocupação que deveria estar sempre presente no desenvolvimento do produto é o destino da embalagem após o término da sua finalidade e a verificação dos danos que poderiam causar ao meio ambiente. A escolha do material de embalagem pode minimizar este impacto ambiental (O DESIGN..., 2009, s/p).

A nova realidade das micro e pequenas empresas, portanto, está internacionalmente envolvida, tanto no aspecto empresarial propriamente dito, com o profissionalismo inerente, quanto no aspecto sócio ambiental, unindo esforços para a efetivação de um novo mundo sustentável para a comunidade.

Assim, acaba por envolver e congrega os objetivos empresariais com a finalidade do Estado, estabelecendo uma melhor qualidade de vida para as pessoas, e as micro e pequenas empresas estão cada vez mais conscientes desse seu papel na sociedade, pois além de impulsionarem a economia e gerarem empregos, devem se preocupar, também, com todo esse aspecto social e preservação do meio ambiente, cada vez mais sustentável, sendo essa a nova função social da empresa, debatida no próximo tópico.

2.5 A FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

A concepção atual das empresas coloca-as numa situação de agente de transformação social, almejando não só o lucro, mas também tendo condições de lucratividade, fazendo com que o lucro seja um meio para se atingir o objetivo da responsabilidade social.

Conforme Drucker (1998, p. 56), o lucro e a lucratividade são tão importantes para a sociedade quanto para a empresa isoladamente considerada, a lucratividade é o fator que limita a empresa, sendo o lucro o teste de sua validade. A empresa deve conseguir lucro suficiente para cobrir os riscos de sua atividade econômica evitando prejuízos.

Logo, para que uma empresa possa contribuir socialmente, ela deve ser lucrativa, exercendo integralmente seu papel econômico, gerando e mantendo empregos, agindo de forma ética e responsável.

Como aponta Drucker (1998, p. 69), a finalidade de uma empresa não é apenas gerar lucro. O lucro se torna algo óbvio e necessário bem como atitudes de responsabilidade social.

A empresa deve gerar um lucro que seja suficiente para produzir capital que irá gerar empregos, e para remunerar todas as necessidades e satisfações não-econômicas da sociedade, desde assistência a saúde até a segurança nacional.

As empresas são as propulsoras do desenvolvimento do ambiente em que estão situadas, conforme Dias (2012, p. 9):

No novo entorno globalizado, as empresas são o motor principal do progresso e desenvolvimento econômico, mas devem exercer esse poder de modo responsável e ético, sem priorizar exclusivamente o benefício econômico. O impacto provocado pelas empresas sobre a sociedade e o meio ambiente, aliado ao aumento das exigências da comunidade sobre o papel da empresa na atual conjuntura, estão provocando nos últimos anos uma mudança na visão da empresa: de uma organização voltada para si mesma e atendendo aos seus acionistas, a outra orientada para diversos atores sociais ou partes interessadas, o que aumenta sua responsabilidade como um importante agente transformador da realidade.

Pelo que se obtém da análise ao trecho acima, pode-se dizer que as empresas tem uma finalidade intrínseca e outra extrínseca, ou seja, necessitam honrar com suas obrigações internas, mas também dela poder realizar a responsabilidade social, é o que comentam Alonso, López e Castrucci (2012, p. 168):

Toda empresa tem obrigações sociais que devem ser satisfeitas: pagamento de salários, de contribuições à Previdência Social, de impostos e taxas etc. São de caráter legal, contratual e, por isso, não se consideram como parte da denominada responsabilidade social, que é por princípio voluntária e livre.

Portanto, a responsabilidade social vai muito além de apenas gerar lucro, e cumprir com suas obrigações legais. Uma empresa socialmente responsável busca realizar algo a mais, atuando de forma espontânea, se preocupando com a manutenção e desenvolvimento da comunidade em que está introduzida, contribuindo para solucionar problemas sociais e ao mesmo tempo obter retorno e subsistência. Conforme Ashley (2002, p. 51):

As organizações terão de aprender a equacionar a necessidade de obter lucros, obedecer às leis, ter um comportamento ético e envolver-se em alguma forma de filantropia para com as comunidades em que se inserem. Além disso, mudanças, como nas formas que são concebidos e comercializados os produtos e serviços, trazem consigo novas questões éticas com que as organizações têm de aprender a lidar [...].

Essa nova concepção que a sociedade tem das empresas, que elas devem contribuir socialmente em cada ato, fez com que as empresas compreendessem seu novo papel, como relata Dias (2012, p. 5):

O verdadeiro motor da responsabilidade social nos últimos anos é que muitas empresas compreenderam que suas estratégias de competitividade num ambiente global não podem se basear na degradação ambiental, nem no desrespeito às cláusulas sociais, nem na resistência ao cumprimento de normas internacionais em matéria de direitos humanos, mas que ao contrário, é o atendimento das exigências

da sociedade o que incrementa a competitividade, pois incorpora padrões de excelência que cada vez mais são levados em consideração pelos consumidores, reforçando junto a esses setores sua reputação corporativa, ativo intangível que não pode ser replicado por seus concorrentes.

A maneira que a empresa conduz seu negócio, buscando primar pela ética, reflete positivamente em seu desempenho criando um elo positivo entre o ambiente interno e externo da empresa. Conforme Ferrell, Fraedrich e Ferrel (2001, p. 19):

O clima ético mais sadio está associado ao maior desempenho em busca da qualidade, da satisfação do consumidor e do compromisso do empregado com a empresa. De modo geral, a boa cidadania empresarial contribui para o bom desempenho financeiro. No caso de países, as instituições sociais que promovem sistemas éticos geradores de confiança contribuem para o bem-estar econômico da sociedade. Finalmente a boa reputação é importante para aumentar o valor da empresa.

Em outras palavras, o contexto acima revela que o modo que a empresa controla o meio de tomar suas decisões na organização, reflete no seu desempenho, conseqüentemente gerando um equilíbrio sobre as conseqüências que sua atividade reflete na sociedade.

Nesse novo mundo globalizado, as empresas devem estar preparadas para as mudanças constantes, exigidas pelo mercado e pela sociedade, que requer das empresas um posicionamento ético e moral, respeitando o meio ambiente, envolvendo os interesses da comunidade, participando com o desenvolvimento econômico e social, individualmente ou auxiliando o Estado.

Nesse sentido, o papel do administrador, como líder das empresas, constitui papel deveras interessante, pois graças a ela a condução das empresas serão mais ou menos atentas a nova concepção social da empresa, conforme entendimento de Drucker (1998, p. 327):

O aparecimento dos administradores como principal grupo de liderança; o crescente desencadeamento com o governo; as atenções que se transferiram das quantidades para a vida para a qualidade de vida – dessas mudanças brotou a exigência de que os administradores coloquem a preocupação pela condução da própria empresa. É a exigência de que a qualidade da vida se torne o negócio da empresa [...].

Com efeito, através das exigências que lhes são feitas em relação à responsabilidade social, os administradores das empresas acabaram assumindo a liderança para resolver e encarar os problemas sociais, buscando novas maneiras de conduzir sua empresa.

Para Drucker (1998, p. 328) a saúde de uma empresa deve manter co-relação com a saúde social:

Nenhuma empresa sadia, universidade sadia ou hospital sadio pode existir em uma sociedade enferma. A administração tem interesse pessoal em uma sociedade que seja sadia, mesmo que a causa da doença da sociedade nada tenha a ver com o que faça ela administração.

Assim, para que as empresas se desenvolvam de forma sadia, a sociedade também deve ser sadia, pois a empresa não se sustenta em um ambiente doentio, muito menos pode contribuir para a melhoria dela. Drucker (1998, p. 328) acrescenta, dizendo que:

A organização moderna existe para fornecer algum serviço específico à sociedade. Precisa, portanto, estar na sociedade. Precisa estar em alguma comunidade, ser vizinha de alguém e fazer seu trabalho no interior de algum cenário social. Mas para fazer seu trabalho ela precisa também ter empregados. As repercussões que fará a sociedade sentir inevitavelmente irão além da contribuição específica cuja prestação é a razão da sua existência.

Para que uma empresa exista e se mantenha, ela necessita estar inserida na sociedade, prestando serviços para a comunidade através de seus empregados, que devem estar envolvidos com os interesses da organização, buscando o bem estar e contribuindo com ações sociais que a empresa promova. Para Ferrell, Fraedrich e Ferrell (2001, p. 76-7):

A despeito da legislação, portanto, as empresas continuam a se defrontar com questões legais que têm a ver com a concorrência, com a proteção ao consumidor e com o meio ambiente, a segurança e o tratamento igual no local de trabalho. A sociedade espera que os empresários tomem medidas para garantir que concorrerão legalmente entre si, desenvolverão, promoverão, fixarão preços e distribuirão produtos que sejam seguros para os consumidores e para o meio ambiente, criarão condições de trabalho seguras e instituirão programas para contratar e promover os empregados mais qualificados, sem consideração de raça, cor, sexo, religião e deficiências físicas. As empresas éticas reconhecem que têm obrigações que vão além do que é exigido por lei e levam em conta as necessidades e o bem-estar de seus empregados.

Atender a legislação é obrigação das empresas, como pagar seus impostos e tributos, respeitar a livre concorrência, preservar o meio ambiente, manter relação ética com os consumidores e empregados. O que a sociedade espera hoje, é que as empresas assumam uma postura ética, promovendo o bem estar e o desenvolvimento igualitário da comunidade. O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae (2003, p. 6), orienta no sentido de que:

O negócio baseado em princípios socialmente responsáveis não só cumpre suas obrigações legais como vai além. Tem por premissa relações éticas e transparentes, e assim ganha condições de manter o melhor relacionamento com parceiros e fornecedores, clientes e funcionários, governo e sociedade. Ou seja: quem aposta em responsabilidade e diálogo vem conquistando mais clientes e o respeito da sociedade.

Assim, cria-se uma nova forma de administrar uma empresa, colocando os executivos e empresários num novo papel não só para com as suas empresas, mas com a sociedade, como salienta Ashley (2002, p. 11):

As organizações têm responsabilidade direta e condições de abordar muitos problemas que afetam a sociedade. Segundo esse enfoque, acredita-se que tarefas, técnicas e recursos empregados por empresas para alcançar seus objetivos materiais podem também estar voltados para a solução de problemas sociais. A empresa deve ter a consciência e visão de que, a cada dia que passa, é maior a expectativa dos indivíduos e sua demanda quanto ao papel social a ser desempenhado por executivos e empresários.

Os empresários devem se preocupar em inserir em sua administração e em seu planejamento estratégico, maneiras que irão atingir seus objetivos e ao mesmo tempo se voltar para a solução de problemas sociais, sendo que a comunidade espera a contribuição da empresa para a melhoria do ambiente em que vivem. No enfoque proposto por Ashley (2002, p. 13):

A responsabilidade social disseminada como uma atitude estratégica permite criar uma nova cultura dentro da empresa, sendo praticada e incorporada na gestão e em atividades regulares como produção, distribuição, recursos humanos e marketing.

É, em síntese, uma nova forma de gestão, pois para que a empresa se torne competitiva, deve ter uma gestão sólida, mantendo uma relação ética com todos os públicos que ela afeta. Para Pereira, Silva e Carbonari (*apud* INSTITUTO ETHOS, 2011, p. 85), a responsabilidade social é definida como:

Uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona. O estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A nova conjuntura social empresarial atingiu inclusive o sistema de produção, pois ampliou a sua repercussão, interrelacionando lucro, pessoas e planeta, definindo uma tríade determinada para o desenvolvimento sustentável de produção, como advertem Pereira, Silva e Carbonari (2011, p. 102):

Outro fator determinante do desenvolvimento sustentável é a produção. A produção precisa ser remodelada com base em padrões que levem em consideração não somente os benefícios econômicos, mas também os ambientais e sociais; e em consonância com o tripé da sustentabilidade: lucro, pessoas e planeta.

Portanto, o sistema de produção de uma empresa deve obediência a sustentabilidade para com os recursos naturais, pois o que antes era parte isolada e predadora, hoje faz parte de um novo sistema auto sustentável e que deve gerar um ciclo de retroalimentação a manutenção e integração de todos, meio ambiente, sociedade, empresas e Estado, conforme Alonso, López e Castrucci (*apud* MELO, 2012, p.166):

A empresa consome recursos naturais, renováveis ou não, direta ou indiretamente, que são enorme patrimônio gratuito da humanidade, utiliza capitais financeiros e tecnológicos que, no fim da cadeia, pertencem a pessoas físicas e conseqüentemente à sociedade; também utiliza a capacidade de trabalho da sociedade; finalmente, subsiste em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo em troca, no mínimo, prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos.

A empresa ao consumir produtos naturais e utilizar a mão de obra da comunidade deve exercer sua obrigação social legal, de pagar os salários, preservar a natureza, mas além dessa obrigação, deve cumprir sua função social de atender as necessidades da sociedade de maneira espontânea, não só por uma questão legal, mas de consciência social, e para isso é de suma importância as ações adotadas pela empresa, assunto a seguir abordado.

2.6 AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Espera-se que as empresas promovam a qualidade de vida e o bem estar da sociedade, e para isso é necessário que elas incluam em sua gestão, ações que representem responsabilidade social empresarial, as quais devem ser planejadas conforme a gestão e os interesses da empresa.

Tais ações devem ser acompanhadas atendendo a sociedade em que está situada a empresa, de maneira organizada e planejada, não apenas em casos de situações emergenciais e aleatórias, pois só o fato de a empresa existir já está impactando a sociedade onde está inserida, sendo o seu grande diferencial a maneira que conduzirá esse impacto por meio das ações.

Esse impacto também proporciona uma análise sobre os objetivos dos próprios negócios sociais, que estão interligados, segundo o Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014, s/p):

Causar um impacto positivo em uma comunidade, ampliando as perspectivas de pessoas marginalizadas pela sociedade, aliada à possibilidade de gerar renda compartilhada e autonomia financeira para os indivíduos de classe baixa. Esses são os objetivos dos negócios sociais.

Em se tratando de negócios sociais, cabe referir que eles pode atender uma questão social ou ambiental, como adverte o Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014, s/p):

Um negócio social existe para buscar solução a uma questão social, ambiental ou pela ampliação de um impacto social ambiental já produzido. A novidade é que esta solução é desenvolvida considerando a viabilidade econômica da intervenção, com base em estratégias e modelos de negócios. Significa dizer que são soluções de negócios para problemas sócio ambientais.

Para que a empresa se mantenha na sociedade, ela deve se preocupar com a permanência e manutenção dos recursos que extrai do ambiente em que esta contida, por meio de ações voltadas para a sustentabilidade. Conforme Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.158):

O enfoque na sustentabilidade no âmbito corporativo é importante porque as contribuições diretas e indiretas das empresas – representadas pelo seu sistema de produção, vendas, demanda por suprimentos e distribuição até o consumidor final, isto é, a sua cadeia de valor – produzem impactos em toda a sociedade em seu entorno.

O ambiente em que as empresas estão contidas está em constante mudança e cada vez mais complexo, e através de ações sociais, pode provocar influências importantes na sociedade. As ações podem ser as mais variadas desde que atendam de forma positiva, as necessidades da comunidade em geral. Para Chang Júnior e Bertoncello (2007, p. 74):

Uma ação social bem conduzida garante a qualquer empresa posição de destaque na sociedade onde atua e este é fator decisivo na auto preservação empresarial. Com imagem reforçada e dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela financiados, a empresa torna-se mais conhecida e vende mais. Seus produtos, serviços e, sobretudo sua marca ganha maior visibilidade, aceitação e potencialidade.

Essa visibilidade que a empresa adquire na sociedade, por meio da implementação das suas ações sociais, possibilita a ascensão empresarial, sem conferir um cunho paternalista ou assistencialista pessoal do empresário, transformando o que outrora se entendeu por filantropia empresarial para atualmente configurar em ação social empresarial, como salienta Borger (2015, s/p):

A filantropia empresarial surgiu como um novo campo de atuação que vem conquistando crescente visibilidade no Brasil, vindo compartilhar e disputar espaços com outras formas de ações privadas em benefício público. No entanto, a expressão “filantropia empresarial” está associada a referências históricas como caridade, paternalismo e assistencialismo, que têm uma conotação negativa, porque não trouxeram transformações sociais e econômicas efetivas para o desenvolvimento das comunidades. Hoje, quando se pensa em filantropia empresarial nota-se consenso sobre a exigência de que esse investimento ocorra como uma política da empresa, e não somente como um compromisso pessoal do empresário. Assim, buscaram termos alternativos para designar as ações próprias a esse campo, como investimento social, ação social empresarial, participação social ou comunitária da empresa ou desenvolvimento social.

Toda ação social deve ser realizada pela empresa de forma espontânea, sendo planejada e desenvolvida em sua gestão, não pensando apenas no retorno que o empresário

terá, mas sim, beneficiar a comunidade em geral, sem esperar algo em troca, pois, ao favorecer a comunidade a empresa tem crescimento independente.

Para isso, a empresa deve estar atenta aos anseios da sua comunidade, inserindo-se no seu contexto, respeitando essa comunidade e buscando auxiliá-la, devendo, portanto, conhecê-la, para poder alavancar projetos sociais e destinar recursos, conforme bem sentido pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae (2003, p. 37):

A relação que uma empresa tem com sua comunidade de entorno é um dos principais exemplos dos valores com os quais está comprometida. Respeito aos costumes e à cultura local, contribuição em projetos educacionais, em ONGs ou organizações comunitárias, destinação de verbas a instituições sociais e a divulgação de princípios que aproximam seu empreendimento das pessoas ao redor são algumas das ações que demonstram o valor que sua empresa dá à comunidade.

A empresa deve ter conhecimento amplo da comunidade que a rodeia, identificando assim suas qualidades e deficiências, a partir de então incluir em seu planejamento estratégico as ações mais adequadas para suprir suas necessidades. Qualquer atitude que a empresa tiver perante a comunidade, contribuindo com seu desenvolvimento, é considerada uma ação, como comenta Costa (2014, s/p):

O auxílio pode chegar por meio de programas de recuperação da área de onde está instalada a empresa, programas sociais de desenvolvimento sustentável, projetos educacionais da preservação da natureza, trabalhos voluntários por parte dos funcionários, criação de emprego e renda na comunidade, obras que beneficiam a área que está presente a empresa, ceder espaço para atividades, doações de dinheiro, roupas ou alimentos, e patrocínios de projetos culturais.

As ações sociais podem ser realizadas de diversas maneiras, atingindo todos os seus envolvidos. Entre as ações realizadas pelas empresas, pode se destacar o relacionamento que elas mantêm com seus empregados, proporcionando a eles, diversos benefícios que promovam seu bem estar, como auxílio e incentivo na educação, acesso à cultura, prática de esportes, plano de saúde, previdência privada, entre outros. Como aponta Costa (2015, s/p):

A responsabilidade social interna tem como foco trabalhar o público interno da organização, desenvolver um modelo de gestão participativa e de reconhecimento de seus empregados, promovendo comunicações transparentes, motivando-os para um desempenho ótimo. Este modelo de gestão interna compreende ações dirigidas aos empregados e dependentes, aos funcionários de empresas contratadas, terceirizadas, fornecedoras e parceiras.

Logo, em síntese, entende-se que as empresas, além de cumprir com as obrigações legais e respeitando as relações trabalhistas, buscam ter uma relação mais estreita com seus empregados, tendo atitudes que promovam a qualidade de vida de seus empregados, capacitando-os para melhor desempenharem sua atividade, adquirindo conhecimento e desempenhando seu trabalho de maneira mais eficiente.

Dessa forma, as empresas conquistam do seu empregado um comprometimento, pois por meio das ações realizadas com os empregados promovem a sua interação com a empresa, originando uma relação de confiança, dedicação e conseqüentemente aumento na produtividade, melhorando com isso a credibilidade e eficiência dos produtos e serviços comercializados pela empresa.

Nas ações voltadas para a comunidade, bem como valorizando os seus empregados acabam por desenvolver um diferencial competitivo, como entende Costa (2015, s/p):

Uma empresa-cidadã tem no seu compromisso, com a promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade, o seu diferencial competitivo, buscando, desta forma, ser uma organização que investe recursos financeiros, tecnológicos e mão-de-obra em projetos de interesse público. É uma organização que cria um ambiente agradável de trabalho valorizando seus recursos humanos e é capaz de desenvolver um modelo de gestão integrado onde as pessoas têm um papel decisivo no seu compromisso com relação à comunidade e à sociedade em geral. E ainda, é uma empresa que se organiza e constrói maneiras alternativas de participar, conviver e viver melhor.

Segundo o Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014, s/p), é essencial ter atitudes socialmente responsáveis ao tratar com consumidores e clientes, desenvolvendo produtos e serviços confiáveis, seguros e que tenham qualidade, fornecendo orientações sobre o uso do produto, bem como informar sobre os riscos potenciais, eliminando eventuais danos à saúde dos usuários, promovendo ações que melhorem a credibilidade, a eficiência e a segurança dos produtos e serviços.

Cabe salientar que essa preocupação interna para com os seus empregados, bem como o reflexo disso na atuação da empresa e o seu papel externo, faz parte de uma análise sobre a responsabilidade social das empresas, que por sua vez está interligado com a sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, como entende Borger (2015, s/p):

O conceito de desenvolvimento sustentável está hoje totalmente integrado ao conceito de responsabilidade social: não haverá crescimento econômico em longo prazo sem progresso social e também sem cuidado ambiental. Todos os lados devem ser vistos e tratados com pesos iguais. Mesmo porque estes são aspectos inter-relacionados. Da mesma forma que o crescimento econômico não se sustenta sem uma equivalência social e ambiental, programas sociais ou ambientais corporativos não se sustentarão se não houver o equilíbrio econômico da empresa.

Ao ofertar produtos e serviços para seus clientes, as empresas devem ter a preocupação em proporcionar o bem estar dos mesmos, oferecendo a segurança necessária para seu consumo, agindo de maneira ética e leal, uma vez que os clientes esperam consumir produtos de qualidade, com preço acessível e que em sua produção ou descarte não agridam o meio ambiente, garantindo a sustentabilidade, pois, do contrário, não se terá crescimento econômico.

A sustentabilidade está intimamente ligada a sustentabilidade empresarial que revela, aliás, o objetivo principal de todo processo e novo modelo de produção que se quer implementar, visto que ao se tratar de responsabilidade social empresarial, não se pode deixar de lado a sustentabilidade empresarial, conforme Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.17):

O objetivo principal de todo o processo que o modelo pretende emular é aumentar a base de consumo responsável, fazer com que os investimentos sociais e ambientais proporcionem retornos tangíveis e intangíveis sustentáveis e que recursos naturais se perpetuem em sua ampla e rica diversidade.

E a sustentabilidade empresarial atinge todos os segmentos empresariais inclusive as micro e pequenas empresas que tem cada vez mais a consciência da importância de se preservar o meio ambiente, como apontam Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.188):

No entanto, começa-se a perceber a importância das relações entre sustentabilidade e inovação, do papel das pequenas e médias empresas nesse cenário, da emergência das demandas dos “consumidores verdes”, entre outros aspectos, o que abre novas perspectivas para empreendimentos bem-sucedidos do ponto de vista comercial. “Indivíduos e organizações que procuram compreender as questões da sustentabilidade estudam as tendências emergentes e investem em ideias viáveis que podem criar nichos de mercado para eles próprios”.

Esse novo processo empresarial acarreta uma nova forma de se planejar e executar as ações empresariais, as quais, como visto, devem além de tudo, observarem o aspecto ambiental e sustentável, como critérios indispensáveis ao desenvolvimento, que se subdivide em econômicos, sociais e ambientais, como salientam Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.70):

É necessário, então, que, ao se planejarem e executarem suas ações, os governos, as empresas e as organizações considerem o equilíbrio entre os seguintes aspectos no processo de tomada de decisões: 1. econômicos (crescimento e desenvolvimento da economia); 2. sociais (atendimento das necessidades humanas); 3. ambientais (capacidade de regeneração/recuperação do ambiente natural).

Por isso da importância das empresas serem tratadas como atores de transformação social, considerando a sua grande influência no meio em que estão inseridas, devendo repensar a forma que utilizam os recursos naturais para a fabricação de seus produtos ou serviços, utilizando-os de maneira consciente, pensando no futuro. É essa a contribuição social das empresas, segundo Sertek (2013, p. 73):

As empresas, por terem uma grande influência no seu entorno, podem e devem contribuir para o bem comum dos seus *stakeholders*, constituindo-se em poderosos atores de transformação social, caso estejam imbuídas do espírito e da prática de ações sustentáveis. Assim de forma pragmática, pensando na contribuição social das empresas, elas devem assumir uma nova missão para que o estilo de vida sustentável seja mais acessível à sociedade. Essas ações exigem: preparo, em termos de inovação tecnológica; estímulos a novos comportamentos dos consumidores; novas formas de interação com os fornecedores e usuários.

Assim, pode-se concluir que o papel social das empresas possui relevante responsabilidade tanto para com as empresas quanto para com a sociedade em que estão inseridas, passando de um mero diferencial de competitividade para um caráter de agente transformador da realidade, transpondo pessoas e organizações para um novo mundo sustentável e mais desenvolvido, respeitando o trivial empresarial, quanto novos critérios sustentáveis, tendo como mola propulsora de todo esse objetivo as fortes ferramentas da ação social empresarial, transformando a sociedade e as empresas ou vice-versa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No entendimento de Marconi e Lakatos (2008, p. 223), metodologia do projeto de pesquisa é a que envolve o maior número de itens, pois em um único tempo responde as questões: como?, com quê?, onde?, quanto?, que correspondem aos itens que irei apresentar a seguir.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Quanto à abordagem teve como caráter o método da pesquisa qualitativa que, conforme Roesch (2010, p. 126), é comum utilizar o método qualitativo de ouvir a opinião das pessoas e participar de eventos sem se preocupar que isto possa influenciar os respondentes ou processos em andamento.

O método utilizado nesta pesquisa foi exploratória, que segundo Roesch (2010, p. 155) visa levantar questões ou hipóteses para estudos futuros, através de dados qualitativos.

O procedimento técnico utilizado foi uma pesquisa de levantamento que, segundo Diehl e Tatim (2004, p. 60), a pesquisa se caracteriza através do questionamento direto das pessoas que se quer ter conhecimento, solicitando informações a um conjunto de pessoas, referentes ao problema do estudo, para que através da análise possa obter as conclusões correspondentes aos dados coletados. Buscando a informação direta da realidade, da economia e rapidez possibilitando a quantificação.

3.2 VARIÁVEIS DE ESTUDO

Marconi e Lakatos (2008, p. 139), explicam que variável pode ser uma medida, uma quantidade que varia, um conceito operacional onde podem ser acrescentados valores, características, traços, etc. transformando-o em uma variável, em resumo, qualquer objeto passível de mensuração em um estudo. Os itens a seguir apresentam as variáveis inerentes ao presente estudo.

3.2.1 Responsabilidade Social Empresarial

Como aponta Ashley (2002, p. 6-7), a responsabilidade social pode ser determinada como sendo um compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes a afetando de forma positiva e ampla. Em uma visão mais ampla, a responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa colaborar para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

3.2.2 Ações de Responsabilidade Social Empresarial

Conforme Cimbalista (2001, p. 1), para se atingir o bem-estar geral da sociedade torna-se necessário diminuir ou até eliminar as desigualdades sociais e, para tanto, o país deveria se atentar para questões como educação, saúde, desenvolvimento sustentável e justiça social, as quais revelam a necessidade de um novo tempo, uma nova sociedade. Logo, é preciso a implementação de ações tanto do governo quanto das empresas, por aquilo que se optou chamar de responsabilidade social empresarial.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população pesquisada foi Micro e Pequenos empresários do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira, localizados na cidade de Carazinho - RS. Optou-se por indústrias de móveis com predominância em madeira, verificando o que as indústrias pensam sobre a responsabilidade social empresarial e sobre a preocupação pelo uso consciente da madeira, razão deste trabalho: a responsabilidade social empresarial. A pesquisa utilizou a técnica de levantamento de dados, com amostra escolhida intencionalmente, em razão de existirem um grande número de indústrias em Carazinho –RS, o que impossibilitaria a realização das entrevistas, devido ao tempo. Das 23 indústrias apresentadas pelo SEBRAE, somente 8 foram encontradas: várias não existiam mais no endereço fornecido; outras, que foram contatadas via e-mail ou telefone, o e-mail retornou e os telefones não existiam mais. Portanto foram entrevistadas 8 micro e pequenas empresas do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira.

3.4 PROCEDIMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Conforme Marconi e Lakatos (2008, p. 165), os métodos e as técnicas empregados na pesquisa podem ser selecionados desde a proposição do problema, da formulação das hipóteses e da delimitação do universo ou da amostra. O procedimento adotado para coleta de dados foi uma entrevista semi estruturada que, conforme Roesch (2010, p. 141), asseguram maior taxa de respostas, considerando os aspectos de que os entrevistadores podem dar uma explicação mais persuasiva sobre os objetivos da pesquisa, apresentam explicações caso surjam problemas e impedem equívocos, mantendo-se controle sobre a ordem das perguntas.

As questões da entrevista foram adaptadas a partir do questionário realizado pelo Instituto Ethos (2007, s/p), que aborda várias questões sobre a responsabilidade social empresarial das micro e pequenas empresas. As questões adaptadas abordaram temas relacionados ao estudo bibliográfico realizado, buscando informações da relação que a empresa tem com os seus empregados, fornecedores, comunidade e meio ambiente, buscando direcionar para a questão da responsabilidade social desempenhada pela empresa entrevistada.

As entrevistas foram realizadas nas próprias micro e pequenas empresas, com duração média de 30 minutos para cada uma ser concluída.

3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Conforme Roesch (2010, p. 169), após a coleta dos dados o pesquisador se depara com uma grande quantidade de notas de pesquisa ou de depoimentos, que se materializam na forma de textos, os quais deverão ser organizados e interpretados.

A interpretação dos dados foi realizada a partir da Análise de Conteúdo que, segundo Bardin (2011, p. 37), “é um conjunto de técnicas de análise das comunicações.” Portanto, foi realizada a análise das falas obtidas nas entrevistas, estabelecendo relações com o tema pesquisado e com a revisão teórica realizada.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

O presente capítulo apresenta informações sobre as empresas estudadas, bem como traz a análise das entrevistas.

Primeiramente, é feita a apresentação das empresas estudadas para, a posteriori, apresentar e analisar as entrevistas.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

As empresas, a partir de sua apresentação, foram nominadas de Empresa 1 até Empresa 8, visando ao respeito de sua identificação, fato solicitado pelas mesmas.

- Empresa 1: fundada em 2008, possui 12 empregados;
- Empresa 2: fundada em 2001, não possui empregados, 2 pessoas da família trabalham na empresa;
- Empresa 3: fundada em 2005, possui 57 empregados;
- Empresa 4: fundada em 1992, não possui empregados, 2 pessoas da família trabalham na empresa;
- Empresa 5: fundada em 2010, possui 2 empregados;
- Empresa 6: fundada em 1988, não possui empregados, 2 pessoas da família trabalham na empresa;
- Empresa 7: fundada em 2005, possui 2 sócios e 5 empregados;

- Empresa 8: fundada em 1976, possui 3 empregados e mais 2 pessoas da família que trabalham na empresa.

4.2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao todo, foram 16 questões que abrangeram aspectos relacionados à responsabilidade social empresarial. As mesmas foram organizadas em 5 categorias:

4.2.1 Ação social

Questões referentes à compreensão do que é ação social para as empresas estudadas (questões 1, 5 e 12).

Quando questionadas o que entendem sobre ação social as empresas entrevistadas necessitaram de um tempo para pensar o que se trata, respondendo que para elas ações sociais são atitudes de ajudar as pessoas humildes doando roupas e alimentos. Doação de móveis ou vendê-los a um custo mais baixo para alguma entidade beneficente. Apenas uma empresa acredita que ação social é realizar ação com as crianças dos empregados e que poderiam criar um refeitório para os empregados. Consideram também como sendo um trabalho voluntário, mas precisa dispor de tempo, recursos financeiros e uma pessoa da empresa que possa se dedicar para fazer um trabalho beneficente, para ajudar alguém.

Isso ficou claro na resposta da Empresa 2:

- “Dispor de tempo e valores para a ajuda na comunidade”.

De acordo com Costa (2014) as ações sociais podem ser desenvolvidas de várias formas pelas empresas, atingindo e envolvendo a comunidade, os empregados e o meio ambiente.

Em relação à contratação de pessoas com deficiência, nenhuma empresa possui programa de contratação de empregados com deficiência, algumas responderam ser pelo fato da empresa ser pequena, outras pelo motivo da legislação não exigir e outras ainda pelo risco

da atividade por trabalhar em máquinas. Apenas uma das empresas entrevistadas relatou que foi comentado empresa.

Isso se confirma na resposta da empresa 8:

-“Não possui por ser pequena”.

Conforme Pereira, Silva e Carbonari (*apud* Instituto Ethos, 2011, p. 85) as empresas definem em sua gestão metas de responsabilidade social, buscando melhorias para a sociedade, preservando os recursos ambientais e também promover a redução das desigualdades sociais.

Ao questionar as empresas se incluem em seu planejamento estratégico ações sociais percebeu-se que a maioria não tem o conhecimento do que é planejamento estratégico, as que tem conhecimento não o realizam efetivamente. Todas as empresas trabalham conforme as encomendas são feitas pelos clientes, não se planejando para o futuro, mantendo algum material em estoque. Realizam reuniões, onde não incluem ações sociais.

Isso ficou claro na resposta da Empresa 1 :

-“Empiricamente”.

Conforme Alonso, Lopes e Castrucci (2012, p.168) no Brasil a partir dos anos 80, as empresas vem desenvolvendo práticas de responsabilidade social incluindo-as em seu planejamento estratégico.

4.4.2 Missão, Visão e Valores

Buscou-se verificar se as empresas entrevistadas possuem definido missão, visão e valores (questão 2).

Ao perguntar se a empresa possui missão, visão e valores, a primeira reação da maioria dos entrevistados foi a de não conhecimento sobre o que significa e qual a importância da missão, visão e valores. Relatando então a eles um breve histórico sobre o significado, surgiram então respostas de que a empresa não possuía pelo fato de ser uma empresa de pequeno porte, empresa familiar, ou que possuía mais ou menos definida, mas nada formal, que primam pela qualidade e bom atendimento, que o crescimento vem através

da propaganda boca a boca. Apenas uma empresa entrevistada, tem definida a missão, a visão e os valores.

Isso ficou claro na resposta da Empresa 5 e Empresa 6, respectivamente:

-“Perspectiva de crescimento”.

-“Os clientes fazem a propaganda boca a boca”.

Conforme Dias (2012, p. 9) os impactos causados pelas empresas na sociedade e no meio ambiente, aliados a exigência da comunidade sobre a postura da empresa no novo entorno globalizado, fez com que ela passasse a incluir em sua visão atitudes sociais se tornando agentes transformadores da realidade.

4.2.3 Ações com a comunidade

Ações visando o envolvimento e parcerias de auxílio à comunidade onde estão inseridas, visando ao seu desenvolvimento (questões 9, 10, 11, 13 e 15).

Ao questionar se a comunidade em que as empresas estão inseridas é reconhecida como parte interessada importante nos processos decisórios da empresa, alguns dos empresários entrevistados priorizam a comunidade, pois trabalham para a comunidade, fornecem seus produtos para a comunidade, acreditam que não conseguem sobreviver sem fazer parte da sociedade, por outro lado, alguns empresários não consideram a comunidade como sendo parte importante acreditando que não tem influência direta com a empresa.

Isso ficou claro na resposta da Empresa 4 e Empresa 3, respectivamente;

-“Trabalha para a comunidade, serviços para a comunidade local”.

-“Não teve participação em nada até agora”.

Segundo Drucker (1998, p. 328) as empresas existem para fornecer serviços à sociedade, precisando estar inseridas nela.

Todas as empresas entrevistadas disseram não participar de discussões de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções.

Conforme Ashley (2002, p. 38) a relação de responsabilidade social que a empresa mantém com a comunidade é muito importante pelo fato de causar impacto na sociedade, refletindo positivamente em todos os seus envolvidos.

As empresas, ao serem questionadas se realizam na comunidade em conjunto com organizações locais, campanhas educacionais e/ou de interesse público, as respostas foram de que não participam e nem realizam nenhum tipo de campanhas educacionais e/ou de interesse público. Isso ficou claro na resposta da Empresa 3:

-“Não buscam e nem são buscados”.

No entendimento do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae (2003, p.37), o envolvimento que a empresa tem com as organizações que realizam ações sociais na comunidade visando o seu desenvolvimento, mostram o quanto a comunidade é importante para a empresa.

A maioria das empresas entrevistadas faz doação de materiais recicláveis como os retalhos de madeira, de tecidos, latas de tintas para as escolas e entidades locais que reaproveitam o material para realizar trabalhos artesanais, realizam campanhas do agasalho e não doam recursos financeiros. Isso ficou claro na resposta da Empresa 8:

“Todo material reciclável é doado”.

Conforme Costa (2014) os projetos sociais que favorecem e são voltados para o desenvolvimento da comunidade, dos empregados e para a preservação do meio ambiente, são considerados ações sociais.

As empresas entrevistadas não adotaram ou desenvolveram parcerias com organismos públicos que visam à melhoria na qualidade de ensino, a saúde e a assistência social da comunidade. Isso ficou claro na resposta da Empresa 3:

-“Não participa”.

Conforme Ashley (2002, p. 15) as empresas passaram a assumir funções sociais que cabiam apenas ao governo, trazendo resultados favoráveis para a comunidade.

4.2.4 Ações com os empregados

Benefícios ou incentivos destinados aos empregados, visando o desenvolvimento dos mesmos e sua conscientização a respeito da responsabilidade social (questões 3, 4, 7 e 14).

Tratando de programas com os empregados a maioria das empresas entrevistadas entende que, pelo fato da empresa ser pequena, acabam não desenvolvendo programas de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados, mas aceitam suas sugestões para o processo de melhorias na qualidade dos produtos fabricados. Já outras, não possuem empregados, apenas a família trabalha na empresa, portanto todos dão sugestões. Isso fica claro na resposta da Empresa 7:

-“Estamos abertos a sugestões”.

No entendimento de Costa (2015), cada vez mais as empresas incluem em sua gestão processos de reconhecimento e envolvimento dos empregados buscando maior desempenho dos mesmos.

Em relação aos benefícios oferecidos pela empresa aos empregados, destacam-se os relatos de que a empresa oferece somente o que é de lei; outra paga 14º e 15º salário para motivar os empregados; outra paga seguro de vida; já outra proporciona treinamentos, cursos, comissão para aperfeiçoamento e incentivar o trabalho. Algumas são apenas familiares, não possuem empregados. Isso ficou claro na resposta da Empresa 1:

-“Sim, 14º e 15º salário para motivar”.

Conforme Ferrell, Fraedrich e Ferrel (2001, p.76-7) a relação que a empresa tem com seu empregado, promovendo o seu bem estar e atendendo suas necessidades com ações além das exigidas pela lei, é uma exigência cada vez maior por parte da sociedade.

Ao serem questionadas se realizam campanhas internas para a redução do consumo de água e energia, responderam que não realizam campanhas, transmitem aos empregados a importância de economizar água e energia, principalmente pelo custo, possuem ainda instalações adequadas, com a fiação que comporta o uso da energia, evitando o desperdício. Isso ficou claro na resposta da Empresa 3:

-“Conversam com os empregados constantemente, já alteraram instalações para reduzir o consumo”.

Conforme o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Sebrae (2003, p. 25) o fato das empresas dependerem do meio ambiente para extrair os seus insumos, faz com que ela tenha a responsabilidade de preservá-lo e reduzir desperdícios.

As empresas entrevistadas não possuem projetos sociais definidos, mas quando resolvem realizar alguma atividade comunica os empregados, os envolvendo na participação, como por exemplo, quando realiza campanhas de arrecadação de agasalhos; outras não possuem empregados. Isso ficou claro na resposta da Empresa 3:

-“Não tem muitos projetos, quando tem divulga”.

Conforme Barbosa, Morro e Lopes (2006, p.2) a empresa deve deixar claro aos seus empregados sua visão de empresa que possui responsabilidade social para que possam disseminar e praticar sua ideia.

4.2.5 Ações com o meio ambiente

Priorização de fornecedores que empreendem ações de responsabilidade social, bem como a preservação ambiental (questões 6, 8 e 16)

Ao se perguntar se realizam ações de preservação ao meio ambiente, as empresas relataram que tem preocupação com o meio ambiente, contratam empresas específicas para a coleta dos resíduos, aproveitam o máximo do material utilizado na fabricação dos móveis, utilizam madeira de reflorestamento pinus e eucalipto que possui o selo verde. Uma empresa respondeu que é inspecionada pelo Departamento Municipal do Meio Ambiente (DEMA), devendo destinar corretamente os resíduos resultantes da fabricação dos móveis. Isso ficou claro na resposta da Empresa 3:

- “ Empresa contratada para a coleta de resíduos”.

Conforme Dias (2012, p.3) a empresa ao produzir seus produtos utiliza recursos naturais contribuindo com o seu esgotamento e a sociedade passa a ter sensibilidade ambiental exigindo das empresas maior consciência sobre a preservação ambiental.

A contratação dos fornecedores é realizada pela qualidade do material, melhor preço, os fornecedores são limitados, pois compram em pequena quantidade, compram dos

fornecedores que tem o produto que necessitam. Observam que a madeira possui o selo verde sendo proveniente de reflorestamento. Não priorizando a contratação pela boa conduta ambiental dos fornecedores, mas os empresários acreditam que eles tenham boa conduta ambiental, pelo fato de serem empresas de maior porte acreditam que elas sejam fiscalizadas. Isso ficou claro na resposta da Empresa 7:

-“Compra pela qualidade, estética e melhor lançamento”.

Conforme Contente (2015) a empresa ao passar a selecionar fornecedores que adotam práticas de responsabilidade social já faz com que eles também se preocupem em adotar práticas sociais e ambientais.

Em relação ao desmatamento da Amazônia, as empresas acreditam que o governo deveria tomar mais atitudes contra o desmatamento, com punições mais severas, não existe fiscalização. O desmatamento da Amazônia afeta o mundo todo, podendo provocar alterações climáticas que atingem todo o país. Acreditem não ser mais necessário desmatar as florestas para conseguir a madeira, pois utilizam madeira reflorestada. Isso ficou claro na resposta da Empresa 6:

-“Totalmente contra o desmatamento, não precisa mais agredir o meio ambiente para extrair a madeira”.

Conforme a Revista Madeira (2009, s/p) está cada vez mais presente nas empresas a consciência da preservação ambiental em virtude da busca cada vez maior dos consumidores por produtos ecologicamente corretos.

4.3 SUGESTÕES

A partir da análise dos dados coletados, pode-se sugerir melhorias para as empresas entrevistadas:

- Definir missão, visão e valores para as empresas;
- Realizar planejamento estratégico incluindo metas e objetivos para o desenvolvimento econômico, social e ambiental da empresa;

- Desenvolver projetos sociais que beneficiem a comunidade, como por exemplo: projetos educacionais, projetos de preservação ao meio ambiente, envolvendo seus empregados;
- Manter diálogo com os fornecedores para obter maior conhecimento da origem da matéria-prima que a empresa está adquirindo;
- Disseminar a conscientização da importância da preservação ambiental para todos os envolvidos com a empresa;
- Desenvolver e aplicar ações sociais como por exemplo: cedendo espaço da empresa para atividades, projetos culturais, que promovam o bem-estar da comunidade onde a empresa está inserida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar as entrevistas nas micro e pequenas empresas do ramo de fabricação de móveis com predominância em madeira de Carazinho-RS e após a análise dos dados coletados, pode-se verificar que os objetivos propostos pelo trabalho foram atingidos, podendo ser identificado o que são ações de responsabilidade social empresarial que beneficiam a comunidade, os empregados e o meio ambiente.

As ações sociais devem ser planejadas pela empresas beneficiando a comunidade que está inserida, podendo ser realizadas de várias maneiras, de forma voluntária, buscando promover o bem estar social, não necessariamente necessitando de recursos financeiros. Analisando as entrevistas, pode-se identificar que as empresas consideram importante a realização de ações sociais, a reação que as empresas tiveram evidenciou que não sabem ao certo o que é uma ação social, mas acreditam que demanda tempo e dinheiro para poder realizá-las. Mesmo sem saber se estão realizando ação de responsabilidade social, pode-se perceber ações sociais realizadas pelas empresas através de doações de materiais recicláveis como os retalhos de madeira, de tecidos, latas de tintas para as escolas e entidades locais que reaproveitam o material para realizar trabalhos artesanais e alguns benefícios aos empregados. As empresas não realizam doação de recursos financeiros, mas realizam campanha do agasalho.

Através das entrevistas, pode-se constatar que as empresas têm conhecimento da importância da inclusão social, mas acreditam que não compete a elas ter um programa para a contratação de empregados com deficiência.

Analisando as respostas, percebe-se que as empresas não têm conhecimento do que se trata e muito menos a importância de ter definida sua missão, visão e valores. É a missão, a visão e os valores que definem a existência de uma empresa, resumem a maneira de como a

empresa irá traçar e atingir seus objetivos, definindo como irá ocorrer o desenvolvimento da empresa, obedecendo a sua cultura organizacional primando pelos seus valores.

O planejamento de como a empresa irá realizar suas atividades, destinar seus recursos, definir prioridades, é fundamental para o seu desenvolvimento saudável e duradouro. Pode-se observar através dos dados coletados que as empresas entrevistadas não realizam planejamento estratégico e não traçam objetivos prévios.

Ao se preocupar com a comunidade, a empresa é reconhecida, tendo posição de destaque no mercado competitivo. Ao pensar que a comunidade não é parte importante para a empresa, ela poderá não sobreviver por muito tempo ou não irá se desenvolver de maneira saudável, pois a comunidade passa a exigir cada vez mais das empresas comprometimento com o desenvolvimento da sociedade. Algumas das empresas entrevistadas reconhecem a comunidade como parte importante, portanto não participam da discussão dos problemas para buscar soluções. Também se pode constatar que as empresas entrevistadas não têm envolvimento com campanhas educacionais e/ou de interesse público.

A relação que a empresa mantém com seu empregado é muito importante para seu desenvolvimento, devendo agir de maneira ética e responsável, procurando envolver o empregado em suas atitudes para atingir os objetivos da empresa. Mesmo não tendo definido um programa que incentive o empregado a fazer sugestões de melhorias, as empresas aceitam as sugestões, entendendo serem fundamentais para o desenvolvimento da empresa.

Quanto mais estreita e transparente a relação com o empregado, maior será o seu desempenho, trazendo assim retornos benéficos para a empresa. As empresas entrevistadas que proporcionam benefícios adicionais aos empregados, notaram melhor desempenho nas funções que cada empregado exerce, trazendo maior rentabilidade para a empresa, pois trabalham com motivação.

O consumo consciente da energia e da água contribui com a preservação do meio ambiente, por serem recursos esgotáveis, tem a consciência do uso adequado, mas, no entanto a maior preocupação do consumo consciente é a redução dos custos com a sua economia.

As empresas devem tratar o meio ambiente como parte importante para o desenvolvimento da empresa, reduzindo as agressões que sua atividade pode provocar, pois a empresa depende dos insumos provenientes do meio ambiente, principalmente se tratando das empresas de fabricação de móveis, que dependem da madeira para produzir seus produtos, gerando emprego e renda, sendo sua responsabilidade manter a sustentabilidade dos recursos

naturais, os consumidores cada vez mais exigem das empresas essa preocupação ambiental, optando por adquirir produtos que sejam produzidos de forma sustentável. As empresas entrevistadas destinam corretamente os resíduos resultantes de sua atividade, utilizando madeira reflorestada garantindo assim a sustentabilidade do meio ambiente e do seu próprio negócio, portanto não se preocupam em deixar transparecer ao consumidor.

A relação transparente que a empresa mantém com seu fornecedor, é fundamental para a sua seleção, priorizando o que adota a responsabilidade social é um grande passo para divulgar a importância da preservação ambiental, pois ao selecionar fornecedores comprometidos com o meio ambiente e com a questão social, acaba conscientizando-os para que pratiquem a responsabilidade social.

Observa-se, através das respostas obtidas, que os empresários compram a matéria prima dos fornecedores acreditando que eles devam ter boa conduta ambiental principalmente por serem de maior porte, passando a não se preocupar em manter um diálogo para ter um conhecimento das práticas sociais e ambientais desenvolvidas por eles, preocupando-se apenas em adquirir o produto que necessitam com qualidade e preço acessível.

Por se tratarem de empresas de móveis que utilizam a madeira como matéria prima, a questão da preservação ambiental é muito importante, pois depende da natureza para extrair sua matéria prima. Os entrevistados têm preocupação com a preservação do meio ambiente, e em relação ao desmatamento da Amazônia, consideram que sua preservação é muito importante mesmo estando distantes, pode provocar alterações climáticas que reflete em toda a população.

Este trabalho não teve a pretensão de trazer verdades sobre a responsabilidade social de micro e pequenas empresas, mas abrir espaço sobre o tema devendo haver, portanto, muito mais pesquisas nesta área.

REFERÊNCIAS

- ABDI - Associação Brasileira de Desenvolvimento Industrial; UNICAMP. Relatório de acompanhamento setorial Indústria Moveleira- Volume I. 2008. Disponível em: <http://www.funccex.org.br/material/redemercosul_bibliografia/biblioteca/ESTUDOS_BRASIL/BRA_177.pdf>. Acesso em 25 abr. 2015
- ALONSO, Félix Ruiz; LÓPEZ, Francisco Granizo; CASTRUCCI, Plínio de Lauro. **Curso de ética em administração: empresarial e pública**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BARBOSA, Danilo Hisano; MORRO, Juliana Moreira; LOPES, Lucas Oliveira. **O impacto da responsabilidade social empresarial**. 2006. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2006_tr550371_8279.pdf>. Acesso em 20 out. 2014.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARROS, Mauro Pinheiro Alves Felipe. **A intervenção estatal no domínio econômico**. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1306, 28 jan. 2007. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/9427>>. Acesso em: 30 mar. 2015.
- BERTONCELLO, Silvio Luiz Tadeu; CHANG JÚNIOR, João. **A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação**. 2007. Disponível em: <http://www.fAAP.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/silvio.pdf>. Acesso em 15 abr. 2015.
- BOAVENTURA. Edivaldo M. **Metodologia da Pesquisa: Monografia, Dissertação e Tese**. São Paulo: Atlas, 2004.
- BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial**. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/#.VTK6wNLBynE>>. Acesso em 19 abr. 2015.
- BRASIL. **Constituição Federal (1988)**. Vade Mecum. Organização dos textos por Nylson Paim de Abreu Filho. 10 ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2014.
- CAETANO, Marcello. **Manual de Ciência Política e de Direito Constitucional**. 6 ed. Coimbra: Livraria Almedina. Portugal. 1996.

CIMBALISTA, Silmara. **Responsabilidade Social: um novo papel das empresas.** Disponível em: <<http://empreende.org.br/pdf/Responsabilidade%20Social%20-%20Um%20novo%20papel%20das%20empresas.pdf>>. Acesso em 24 mar. 2015.

CONTENTE, Sérgio. **A micro-empresa e a responsabilidade social: Como pequenas empresas podem colaborar com essa área?** 2015. Disponível em: <http://carreiras.empregos.com.br/comunidades/rh/artigos/081105responsabilidade_micro.shtm>. Acesso em 12/04/2015

COSTA, Pedro Henrique. **Responsabilidade Social empresarial.** Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/artigos/usuarios/responsabilidade-social-empresarial>>. Acesso em 17 out. 2014.

COSTA, Tânia Maria Zambelli de Almeida. **Organização e Responsabilidade Social.** Disponível em: <http://www.pauloangelim.com.br/artigos3_4.html>. Acesso em 14 abr. 2015

DELLAGNEZZE, René. **O estado de bem estar social, o estado neoliberal e a globalização no século XXI.** Parte II - O estado contemporâneo. 2012. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=12618&revista_caderno=16> Acesso em 25 mar. 2015

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão.** Atlas, 2012. VitalBook file. Disponível em: <<http://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484461/pages/94084036>>. Acesso em 28 mar. 2015.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

EMPREENDEDORISMO. **É grande a busca de informação para abrir o próprio negócio,** no mês do. Jornal Hoje. 2014. Disponível em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-hoje/v/no-mes-do-empendedorismo-e-grande-a-busca-de-informacao-para-abrir-o-proprio-negocio/3705440/>>. Acesso em 22 out. 2014.

FUHRMANN, Ítalo Roberto. **Globalização, neoliberalismo e a eficácia dos direitos sociais.** 2015. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=13357>. Acesso em 27 mar. 2015.

INDICADORES ETHOS de Responsabilidade Social. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf>. Acesso em 31 mar. 2015.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL; SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Responsabilidade Social Empresarial Para Micro e Pequenas Empresas - Passo a Passo.** 2003. Disponível em: <[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/357151C893C7938983256E92005F13B5/\\$File/NT00005622.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/357151C893C7938983256E92005F13B5/$File/NT00005622.pdf)>. Acesso em 20 out. 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEAL, Rogério Gesta. **Teoria do Estado: cidadania e poder político na modernidade**. 2 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

LEÃO, Mauricio de Souza; NAVEIRO, Ricardo Manfredi. **Móveis**. Revista da madeira. 2009. Ed. 119. Disponível em:
<http://www.remade.com.br/br/revistadamadeira_materia.php?num=1375&subject=M%F3veis&title=Fatores%20de%20competitividade%20da%20ind%FAstria%20de%20m%F3veis%20de%20madeira%20do%20Brasil>. Acesso em 28 abr. 2015.

LOPES, Nairo José Borges. Direito, Constituição e Estado de bem-estar Social. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 19, n. 3865, 30 jan. 2014. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/26563>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

LORGA, Marco Antonio. **Direito Empresarial e Desenvolvimento Social: Políticas Públicas Para Micro e Pequenas Empresas**. 2012. Disponível em:
<<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/521/405>>. Acesso em 23 out. 2014.

MATTEI, Rejane Esther Vieira. **O Estado e a Modernidade No Século XXI: Uma Análise Do Modelo de Estado e das Políticas**. Disponível em:
<<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-estado-e-a-modernidade-no-seculo-xxi-uma-analise-do-modelo-de-estado-e-das-politicas/66091/>> acesso em 21 mar. 2015

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 19. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

O DESIGN dos móveis como fator competitivo. Disponível em:
<http://www.remade.com.br/br/revistadamadeira_materia.php?num=1379&subject=M%F3veis-Design&title=O%20design%20dos%20m%F3veis%20como%20fator%20competitivo>. Acesso em 28 abr. 2015.

PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca da e CARBONARI, EHRHARDT, Maria Elisa. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. Disponível em:
<<http://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502151437/pages/51480212>>. Acesso em 21 de abr. 2015.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SCOTT, Paulo Henrique Rocha. **Direito Constitucional Econômico: Estado e normalização da economia**. Porto Alegre: Fabris, 2000.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Negócios sociais**. Entenda o que são negócios sociais: Além de ser viável economicamente, um negócio social existe para buscar solução a uma questão social.
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/O-que-s%C3%A3o-neg%C3%B3cios-sociais>>. Acesso em 22 out. 2014.

_____. **Negócios sociais. Diretrizes estratégicas para a atuação do Sebrae**: Publicação estabelece os eixos estratégicos para o atendimento Sebrae nos negócios sociais. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Neg%C3%B3cios-sociais:->

diretrizes-estrat%C3%A9gicas-para-a-atua%C3%A7%C3%A3o-do-Sebrae>. Acesso em 22 out. 2014.

____. **Entenda as distinções entre microempresa, pequena empresa e MEI:** A Lei Geral protege os pequenos negócios para seguir a Constituição e promover distribuição de renda e geração de emprego. Veja como acompanhar sua evolução. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Entenda-as-distinções-entre-microempresa,-pequena-empresa-e-MEI>>. Acesso em 22 out. 2014.

____. **Ter responsabilidade ambiental exige nova postura social:** Empresas socialmente responsáveis atendem às expectativas da sociedade. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Ter-responsabilidade-ambiental-exige-nova-postura-social>>. Acesso em 23 out. 2014.

____. **Responsabilidade Social nas Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo.** 2005. Disponível em : <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/re sponsabilidade_social_mpes_livro.pdf >. Acesso em 12 abr. 2015.

____. **Responsabilidade Social nas micro e pequenas empresas do Estado de São Paulo.** Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/re sponsabilidade_social_mpes_livro.pdf>. Acesso em: 25 Mai. 2015.

SECRETARIA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA DA PRESIDENCIA DA REPÚBLICA. Tratamento Diferenciado às Micro e Pequenas Empresas: Legislação para Estados e Municípios. Biênio 2013/2014. Disponível em:<http://smpe.gov.br/assuntos/cartilha_tramentodiferenciado_mpe.pdf> Acesso em 08 abr. 2015.

SERTEK, Paulo. **Responsabilidade social e competência interpessoal.** 2 ed. Curitiba: Intersaberes, 2013. Disponível em: <<http://upf.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582129623/pages/1>>. Acesso em 25 mar. 2015.

SOUSA, Rainer. **Doutrina Keynesiana.** 2015. Disponível em: <<http://m.brasilecola.com/historiag/doutrina-keynesiana.htm>>. Acesso em 24 mar. 2015.

SOUSA, Rainer. **Neoliberalismo.** 2015. Disponível em: <<http://m.brasilecola.com/historiag/neoliberalismo.htm>>. Acesso em 27 mar. 2015.

XAVIER, Lourena de Figueiredo Costa. **A implementação de políticas públicas de educação:** o caso do programa Mais Educação no município de Patos-PB. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br:8080/jspui/bitstream/123456789/5480/1/PDF%20-%20Lourena%20de%20Figueiredo%20Costa%20Xavier.pdf>>. Acesso em: 25 Mai. 2015.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. O que a empresa entende ser ação social?
2. A empresa possui missão, visão e valores?
3. A empresa possui programa de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos?
4. Quais os benefícios que a empresa oferece para seus empregados?
5. A empresa possui programa para contratação de pessoas com deficiência?
6. A empresa realiza ações de preservação ao meio ambiente?
7. A empresa desenvolve campanhas internas de redução do consumo de água e energia, bem como campanhas de educação para o consumo consciente?
8. A empresa prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental?
9. A empresa reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios?
10. A empresa participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções?
11. A empresa realiza na comunidade, em conjunto com organizações locais, campanhas educacionais e/ou de interesse público?
12. A empresa inclui ação social no processo geral de planejamento estratégico?
13. A empresa faz doações de produtos e recursos financeiros, cede instalações, mobiliza o trabalho voluntário de seus empregados e/ou desenvolve projetos sociais próprios?
14. A empresa divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário destinando e estimulando a participação dos empregados?
15. A empresa adota ou desenvolve parceria com organismos públicos visando objetivos como melhorar a qualidade de ensino, a saúde e a assistência social?
16. Qual a posição da empresa em relação ao desmatamento da Amazônia?