

**UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS**

VALMIR APARECIDO CUNHA

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO COM MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR INDUSTRIAL DE SOROCABA (SP)**

**Piracicaba
2008**

VALMIR APARECIDO CUNHA

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO COM MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR INDUSTRIAL DE SOROCABA (SP)**

Projeto de Dissertação apresentado ao Curso de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Campo de conhecimento:
Estudos Organizacionais e de Negócios

Orientação: Prof. Dr. Mateus Canniatti Ponchio

Piracicaba
2008

Cunha, Valmir Aparecido Cunha.

Práticas de Responsabilidade Social: Um estudo com micro e pequenas empresas do setor industrial de Sorocaba (SP)/ Valmir Aparecido Cunha – 2008.

151 f.

Orientador: Mateus Canniatti Ponchio.

Dissertação (mestrado) – Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Metodista de Piracicaba.

1. Responsabilidade Social Corporativa. 2. Micro e Pequena Empresa. 3. Filantropia. 4. Administração. I. Ponchio, Mateus Canniatti. II. Dissertação (mestrado) – Universidade Metodista de Piracicaba. III. Título.

VALMIR APARECIDO CUNHA

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO COM MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR INDUSTRIAL DE SOROCABA (SP)**

Dissertação apresentado ao Curso de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração.

Campo de conhecimento:

Estudos Organizacionais e de Negócios

Data da aprovação:

___ / ___ / _____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Mateus Canniatti Ponchio (orientador)

Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dr^a Valéria Rueda Elias Spers

Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dr. Vidal Dias da Mota Junior

Universidade de Sorocaba.

Dedico este trabalho

A Deus

Aos meus pais, irmãos e família.

Ao meu orientador, professor Dr. Mateus.

E aos meus queridos e eternos amigos.

“Só alguns estão satisfeitos com o mundo assim
como ele é.

Só alguns poucos acreditam que eles possam
transformar este mundo”.

HansTenDam

RESUMO

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) envolve um modelo de administração que busca diminuir os impactos negativos da globalização, como a alta concentração de renda e a exclusão social. Neste contexto, esta dissertação busca estudar os principais conceitos que definem a Responsabilidade Social Corporativa, com o objetivo geral de investigar e caracterizar de forma exploratória como as micro e pequenas empresas desenvolvem suas ações sociais na sociedade na qual estão inseridas; também, se por meio destas ações elas podem ser consideradas socialmente responsáveis. O estudo identificou por meio de entrevistas se para os administradores das micro e pequenas empresas (MPEs) existe diferença entre ação de RSC e filantropia, e de que forma estes administradores realizam estas ações e, se elas trazem algum benefício à empresa. O estudo tem relevância ao levantar de que maneira os administradores das MPEs de uma cidade do interior de São Paulo, praticam suas ações sociais, auxiliando no entendimento e discussão sobre o tema RSC. Toda ação administrativa, em alguma medida, produz externalidades positivas e/ou negativas no meio social. Para observar estas ações administrativas realizou-se uma pesquisa de caráter qualitativo com 20 administradores de MPEs do setor industrial no município de Sorocaba (SP), e a coleta de dados se deu por meio de entrevista utilizando um roteiro com perguntas abertas. Os dados coletados permitiram concluir que a maioria das MPEs do setor industrial não podem ser consideradas responsabilmente sociais, apesar de praticarem diversas atividades filantrópicas à comunidade em que estão inseridas.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Corporativa; Micro e Pequenas Empresas; Filantropia; Administração.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) involves an administration model which seeks the reduction of the negative effects of globalization, such as income concentration and social exclusion. This dissertation studies the main concepts which define Corporate Social Responsibility. It has as an overall objective to investigate and characterize, in an explanatory manner, how small companies develop their social actions in the communities in which they are inserted in. It also analyses if, due to these actions, they can be considered sociably responsible. The study identified, using interview techniques, if the administrators of these small companies differentiate Socially Responsible Actions from Philanthropy and if these actions brought any benefit to their companies. The study is relevant because it shows how administrators of small companies from a town located in the interior of São Paulo State, Brazil, practice their social actions, helping with the understanding of the Corporate Social Responsibility discussion. All administrative action produces, in some manner, positive or negative impacts in the social environment. In order to observe these administrative actions, a quality research was made with 20 administrators of small companies located in Sorocaba City, São Paulo State, Brazil. The data was collected by means of interviews using straight open questions and the result shows that most of these small companies cannot be considered Socially Responsible, although they do practice several philanthropic activities within their communities.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Small Companies; Philanthropy; Administration.*

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dados dos Administradores e Empresas entrevistadas 1

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Classificação das MPES segundo o número de empregado.....	36
Tabela 2 - Classificação das MPES segundo o faturamento bruto anual.....	37

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AACD – *Associação de Assistência a Criança deficiente*

ADCE – *Associação dos Dirigentes Cristão de Empresas*

APAE – *Associação dos Pais e Amigo dos Excepcionais*

BS – *Balço Social*

BSD – *Business meets Social Development*

CNAE – *Código Nacional de Atividade Econômica.*

EPPs – *Empresas de Pequeno Porte*

FAPESP – *Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo*

FIESP – *Federação das indústrias do Estado de São Paulo.*

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor.*

GPACI - *Grupo de Pesquisa e Assistência ao Câncer Infantil*

IBASE – *Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas*

ISO – *International Standards Organization (Organização Internacional para Padronização)*

ME – *Microempresa*

MPE – *Micro e Pequenas Empresas*

ONGs – *Organizações Não Governamentais.*

PRONACI – *Programa Nacional de Qualificação de Chefias Intermédias*

RS – *Responsabilidade Social*

RSC – *Responsabilidade Social Corporativa*

SEAD – *Sistema Estadual de Análise de Dados.*

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS	8
LISTA DE TABELAS	9
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	10
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivo Geral	14
1.1.1 Objetivos específicos	14
1.2 Justificativa e Relevância do Estudo	15
1.3 Metodologia.....	16
1.4 Estrutura do Trabalho	16
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL	18
2.1 Um Processo histórico	18
2.2 Responsabilidade Social Corporativa (RSC)	22
2.2.1 Responsabilidade Social Interna	26
2.2.2 Responsabilidade Social Externa	28
2.3 Responsabilidade Social ou Filantropia.....	29
2.4 Responsabilidade Social Corporativa e as Organizações Não Governamentais (ONGs) como Parceiras.....	31
3 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	34
3.1 Conceito de Micro e Pequena Empresa.....	34
3.2 A Importância da Micro e Pequena Empresa	38
3.3 Ações Sociais das Micro e Pequenas Empresas	39
4 METODOLOGIA DA PESQUISA	41
4.1 Coleta de Dados	42
4.2 Amostra	43
4.3 Análise dos Dados.....	44
5 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS	45
5.1 A Visão dos Administradores sobre a Responsabilidade Social e Filantropia.....	47
5.2 Práticas de ações de Responsabilidade Social das Micro e Pequenas Empresas.....	51
5.2.1 Os tipos de ações sociais que as MPEs desenvolvem na comunidade e sua frequência	53
5.2.2 Os administradores da MPEs motivam seus funcionários a realizarem ações sociais	55

5.2.3	Como os administradores da MPEs praticam suas ações de Responsabilidade Social na comunidade.....	57
5.2.4	Há participação conjunta entre MPEs e seus fornecedores e clientes na pratica de RS... ..	59
5.2.5	O acompanhamento da MPEs em projetos/ ou ações sociais	61
5.3	Como os Clientes Percebem as Ações Sociais que as MPES Realizam.....	63
5.4	Os Benefícios que a Responsabilidade Social traz para as Micro e Pequenas Empresas em uma visão dos Administradores das MPEs.....	65
5.5	As Ultimas Ações Desenvolvidas pelas Empresas	68
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.	71
6.1	Limitações do Estudo.....	74
6.2	Recomendações para futuros trabalhos.....	75
	REFERÊNCIAS	76
	APÊNDICE A – Roteiro de Pesquisa	81
	ANEXO 1– Entrevistas Transcritas	82

1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) há muito tempo vem sendo debatida por acadêmicos, estudiosos e organizações não-governamentais; atualmente podemos perceber que ela vem tomando aspectos de modismo tamanha a circulação do assunto nos meios de comunicação. A divulgação de ações sociais por meio de estratégias de marketing que buscam “associar a empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante” é uma metodologia inovadora, capaz de rever o modo de lidar com idéias, atitudes, conceitos, ações, comportamentos e/ou práticas, tendo em vista promover transformações sociais específicas. E um programa de marketing social deve atingir uma ampla audiência em um curto período de tempo (THOMPSON; PRINGE, 2000, p. 3).

A RSC vai além de um mero modismo. Ela vem responder ao sistema que Melo Neto e Froes (2001) definem como o “processo da globalização”, o qual é responsável pelo fenômeno de realocar as atividades produtivas, com alta concentração de renda, reforçando o poder econômico e a exclusão social. Exclusão social que, na visão de Gohn (1999, p. 50) é dada pelas inovações tecnológicas que excluem determinadas profissões ou funções no setor produtivo; pelas reengenharias administrativas no mercado de trabalho, reduzindo salários, hierarquias e funções; e pelas reformas estatais nas leis públicas que possibilitam a flexibilização e a desregulamentação do sistema de normas e contratos sociais, fatores estes que levam à pobreza e ao desemprego.

Porém existe controvérsia em que a globalização traga apenas questões negativas. Os autores Cappellin e Giuliani (2003) defendem, ao contrário de Gohn (1999), que a globalização traz uma transformação veloz no processo tecnológico e de informação, mas também conduz as empresas a incorporarem nos negócios dimensões que vão além da organização econômica, na qual dizem respeito à vida social do meio em que estão inseridas. Frente a esses desafios em que a responsabilidade social deixa de ser um tema de pauta apenas das organizações não-governamentais (ONGs), universidades, governos e ambientalistas, para se integrar agenda de decisões dos empresários, Melo Neto e Froes (2001) defendem a criação de uma nova lógica, com uma ‘racionalidade’ social, para atenuar os efeitos e diminuir os riscos sistêmicos da globalização. Drucker (1999), nesse sentido, defende que o conceito de RSC surge na tentativa de amenizar os impactos que as organizações produzem sobre a sociedade.

Contudo, as práticas de RS por parte das empresas dependem de seus administradores, os quais são responsáveis por tomarem decisões estratégicas nas organizações, e como estes entendem as ações de responsabilidade social se torna fundamental para a relação com a comunidade em seu entorno.

E entender como os administradores das micro e pequenas empresas entendem as ações da RSC, é relevante para as discussões do tema nos vários segmentos interessados no debate acerca da RSC.

1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo é observar como as micro e pequenas empresas desenvolvem suas ações sociais; e se por meio destas ações elas podem ser consideradas socialmente responsáveis aos princípios que norteiam o tema RSC.

1.1.1 Objetivos específicos

Quanto aos objetivos específicos, o trabalho busca:

- a) Verificar se existem diferenças entre a Responsabilidade Social Corporativa e a ação filantrópica na visão dos administradores das micro e pequenas empresas;
- b) Identificar de que forma os administradores de micro e pequenas empresas (MPEs) realizam suas ações sociais;
- c) Verificar se na opinião dos administradores das micro e pequenas empresas (MPEs) a prática de ações de RSC traz algum benefício à empresa

A relevância deste estudo encontra-se detalhado na seção 1.2 deste trabalho.

1.2 Justificativa e Relevância do Estudo

A cidade de Sorocaba (SP) possui posição privilegiada quanto à logística, sendo servida por importantes rodovias (SP-280; SP-27 e SP-075), e conta também com uma estrada de ferro que liga a cidade a capital paulista, e ao porto de Santos, este um dos mais importantes do país. O aeroporto da cidade tem uma das maiores movimentações do Estado, entre pousos e decolagens (SEAD, 2008). Esta localização transformou o município no terceiro mais populoso do interior paulista, com uma taxa de crescimento da população de 3,02%, no período de 1991 a 2000 com uma população atual de aproximadamente 638 mil habitantes. A cidade ocupa o quarto mercado consumidor do estado fora da região metropolitana de São Paulo, sendo a oitava cidade brasileira com maior potencial de consumo (PORTAL DA CIDADE, 2008). Sorocaba, segundo dados da Prefeitura Municipal (2008), tem cerca de 1.700 indústrias instaladas, 15.300 pontos de comércio, 9.900 prestadoras de serviços, e 25.000 trabalhadores autônomos.

Entre as divisões da indústria que mais se desenvolveram entre o ano de 2000 a 2004, está o setor de máquinas e equipamentos com aumento de 44,4% no período, e o setor de alimentos e bebidas 36% (SEBRAE, 2008). Segundo o IBGE (2008) o PIB de Sorocaba somou R\$ 9.186.225.000,00. no ano de 2006.

Sorocaba foi a cidade no estado de São Paulo que mais teve abertura de novas MPes, assim como transferências de outras já constituídas. Segundo um mapeamento realizado pelo SEBRAE-SP entre 2000 e 2004, verificou-se que as transferências de MPes da Capital para o município de Sorocaba somou 27% no período (FAPESP, 2008).

Observar-se desta forma, que o crescimento econômico da cidade de Sorocaba, elevou o número das MPes, que são responsáveis por uma grande parte dos empregos na região, e tendo uma relação muito próxima da comunidade. Esta proximidade que elas têm faz com que as decisões de seus administradores afetem diretamente as relações, criando uma imagem positiva ou negativa.

E é dentro deste contexto, que a pesquisa tem sua relevância ao estudar como os gestores das MEPS, entendem e buscam a prática da RSC. Sendo que a RSC está se transformando em um referencial de excelência, ou seja, em um parâmetro para o mundo dos negócios e para todo o Brasil corporativo (TACHIZAWA, 2006, p. 85). A pesquisa também tem seu valor ao procurar levantar subsídios que possam contribuir para o debate acerca do tema RSC nos meios acadêmicos e organizacionais.

1.3 Metodologia

O estudo tem caráter exploratório, e os procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa foram:

- a) pesquisa bibliográfica: coleta de dados qualitativos a partir de material publicado em artigos, *journals*, dissertações, teses, livros e páginas da *Internet*;
- b) aplicação de entrevista utilizando-se roteiro: coleta de dados qualitativos com 20 administradores de micro e pequenas empresas.

Para a coleta dos dados deste estudo, se utilizou de entrevistas com perguntas abertas, estruturando-as de forma a aglomerá-las em blocos, com a intenção de responder os objetivos específicos do trabalho. Escolheu-se como amostras vinte administradores de MPEs, em três segmentos do setor industrial do município de Sorocaba (SP) e após o levantamento dos dados realizaram-se as análises frente aos conceitos de Responsabilidade Social Corporativa, levantados na pesquisa bibliográfica.

O capítulo 4 apresenta os detalhes da metodologia deste trabalho.

1.4 Estrutura do Trabalho

O presente estudo está estruturado em seis capítulos, este introdutório, que são apresentados seus objetivos, justificativa e relevância, metodologia e estrutura.

Os capítulos segundo e terceiro são reservados para uma revisão bibliográfica dos temas que são relevantes ao entendimento sobre o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

O segundo capítulo procurou abordar de uma maneira sintetizada o processo histórico da responsabilidade social nas organizações desde 1899 até os dias de hoje, assim como as várias definições dos conceitos de RSC e levantando as definições de responsabilidade social interna e externa; discute o conceito de filantropia e de organizações não governamentais (ONGs)

No terceiro capítulo, explora-se a definição de microempresa e empresa de pequeno porte, de acordo com a legislação do Brasil, e a importância da MPEs no desenvolvimento econômico do país.

O desenvolvimento da metodologia utilizada para atingir os objetivos no presente trabalho é apresentada no quarto capítulo.

O quinto capítulo traz a apresentação dos resultados da pesquisa. Por fim, o sexto e último capítulo é reservado para as considerações finais.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Este capítulo retrata o processo histórico da Responsabilidade Social no mundo corporativo, aborda os conceitos de responsabilidade social corporativa, tanto no âmbito interno como externo das organizações, levanta o conceito de filantropia e discute o conceito e parceria de organizações não governamentais (ONGs)

2.1 Um Processo histórico

Tentando contrapor aos conceitos dos economistas clássicos como Adam Smith, Jeremy Bentham e David Ricardo que construíram um modelo voltado ao individualismo, no qual forneceu uma visão pautada em objetivo nos lucros, e “prometendo que a procura de lucros produziria um mundo admiravelmente próspero”, ou a cada agente econômico beneficiaria a sociedade no seu total através do crescimento da economia, estudiosos como Elton Mayo trazem a discussão que o modelo clássico necessitava de mudanças, e na década de 1920 ele é um dos principais responsáveis pela introdução das idéias de responsabilidade social no mundo das organizações (MCGUIRE, 1965, p.76-83).

Stoner e Freeman (1999, p. 73), discordam de Mcguire (1965). Para eles foi Andrew Carnegie, fundador da *U.S Steel Corporation*, o primeiro a abordar o tema Responsabilidade Social em uma organização no seu livro chamado “*O evangelho da riqueza*”, publicado em 1899. Ele estabelecia uma abordagem clássica da responsabilidade social das grandes empresas. Para Stoner e Freeman (1999) a visão de Carnegie baseava-se nos princípios da caridade e o da custódia; o primeiro exigia que os mais afortunados ajudassem os menos afortunados, enquanto o segundo, derivado da Bíblia, estabelecia que as empresas e ricos assumissem o papel de guardiões, ou zeladores da sua propriedade. A idéia de Carnegie era que eles guardassem o dinheiro para a sociedade e deveriam utilizá-lo para qualquer objetivo que a sociedade considerasse legítimo. Era função da empresa aumentar a riqueza da sociedade, sem deixar de aumentar a sua também através de recursos postos sobre custódia.

As primeiras manifestações realmente marcantes de que as organizações deveriam preocupar-se com os aspectos sociais, ou seja, a responsabilidade social empresarial ocorre na Revolução Industrial, onde as empresas constituem mudanças nos valores da sociedade, que

segundo Kast e Rosenziweig (1970) acarretaram fortes impactos para os trabalhadores, a sociedade e o meio ambiente em geral. As precárias condições de trabalho, o êxodo rural e a forte influência na estrutura social provocam fortes críticas na época, iniciando assim movimentos sindicais e sociais. Estas primeiras manifestações foram consideradas como heresias socialistas pela classe dominante da época (BOWEN, 1957 *apud* DIAS; DUARTE 1986; CARROLL, 1999).

O termo Responsabilidade Social é analisado profundamente e tem início uma nova era de pensamento com a publicação da primeira obra especializada “Social Responsibilities of the Businessman” (BOWEN, 1953), na qual segundo Carroll (1999) eram definidas as obrigações desejáveis em termos de objetivos de valores sociais. Porém, os pioneiros em reconhecer e implantar meios de estreitar o relacionamento entre empresas e sociedade foram os ingleses, que passaram a melhorar as condições insalubres de trabalho; e estes para externar suas ações construíram lugares para recreação, igrejas e hospitais através de parcerias com movimentos sociais - exemplos que são seguidos pela Alemanha e pelos Estados Unidos.

A exclusão social no final do século XX assume o caráter de um conceito/denúncia da ruptura da noção de responsabilidade social e pública construída a partir da Segunda Guerra, como também da quebra da universalidade da cidadania conquistada no Primeiro Mundo. Podemos constatar que o reforço a exclusão social, enquanto conceito, aparece ao mesmo tempo em que a sociedade se torna recessiva econômica e socialmente, a partir da regulação neoliberal que é mundializada a partir da segunda metade da década de 1970. A exclusão social passa a ser a negação da cidadania.

Smith (1994) afirma que é somente com a desaceleração do crescimento econômico em 1973, durante a chamada crise do petróleo, e as fortes pressões de ambientalistas que se apresenta à tona o assunto de Responsabilidade Social das Empresas, não como Carnegie tinha abordado em sua obra em 1899 com uma visão de caridade, mas com novas expectativas de relacionamento responsável.

No Brasil, a RS, segundo Araujo (2004), surge nos anos 1960 em pleno período de ditadura; ela nasce e ganha visibilidade nos Movimentos Sociais na década de 1970 com uma relação de oposição ao Estado, marcados por fortes movimentos populares e pelas reivindicações

dostrabalhadores, ora pela melhoria de vida, ora por interesses contrários aos do Estado e contra as diversas formas de opressão.

Ao final dos anos 1970 e início dos anos de 1980, os sindicatos sob a égide do pensamento marxista tornam-se juntamente com movimentos populares (associações de bairro, movimento pelas terras) os grandes protagonistas de defesa dos direitos das classes trabalhadoras (ARAÚJO, 2004, p. 74). Surgem, nesta época, as ONGs que passam a atuar no campo da organização popular, lutando por condições básicas de sobrevivência cotidiana, no qual Gohn (1999) denomina “ONGs CIDADÃS e militantes” as quais tiveram por trás da maioria dos movimentos sociais, delineando um cenário de participação na sociedade civil, contribuindo decisivamente para queda do regime militar e a transição democrática no Brasil. As ONGS contribuíram também para a construção do conceito de “sociedade civil” termo segundo Gohn (1999) é originário do liberalismo, o qual adquire novos significados, e passa a ser menos centrado nas questões dos indivíduos e mais focado para os direitos de grupos.

No final dos anos 1990 e início da década de 2000, ocorrem profundas mudanças nas relações de comércio, sobretudo internacionais. Com isso, as empresas passaram a conviver com uma diversidade muito grande de culturas e legislações, com abrangência mundial devido à globalização. Entre o período de 1990 a 2000 há um avanço das ações sociais locais, onde houve segundo Parentes (2004), um aumento na integração de hábitos sociais, políticos, culturais e econômicos, e também a exclusão social. O autor chama a atenção afirmando que mudança nos paradigmas oferecem ameaças e oportunidades à sociedade.

Com as mudanças ocorridas neste período a sociedade passou a esperar que as empresas contribuam com projetos sociais e se empenhem para as soluções de seus problemas externos. As empresas não podem mais vivenciar os conceitos puros do capitalismo descrito por Adam Smith, para quem o individualismo era a alavanca da prosperidade.

Os primeiros e isolados discursos em favor de uma mudança de pensamento empresarial aconteceram no Brasil em meados da década de 1960 até o início do século XX, quando a Igreja Católica comandava as ações sociais no país. Segundo Torres (2002, p. 130) a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), em 1965, é “um marco histórico incontestável do início da

utilização explícita do termo ‘responsabilidade social’ inteiramente associado às organizações e da própria importância do tema relacionado à ação social empresarial no País”.

A difusão dessas idéias iniciais se estendeu até a segunda metade dos anos 70, com criação do Decreto-Lei nº. 76.900 de 1975 o qual é um importante passo para a consolidação do conceito e da prática da Responsabilidade Social Corporativa no Brasil. É a partir deste decreto que se criou a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) - a qual se constitui um relatório obrigatório para todas as organizações, sejam MPÉs a Empresas Intercontinentais. A RAIS tem como característica apresentar informações sociais e laborais relacionadas aos trabalhadores no ambiente das organizações.

É em 1996 com o fundador do IBASE, Hebert de Souza (Betinho), que o tema Responsabilidade Social Corporativa passa a ser mais debatida no Brasil com maior ênfase. Ele, com o apoio da Gazeta Mercantil, lançaram uma campanha pedindo aos empresários uma maior participação social, apresentando a idéia, elaboração e publicação do Balanço Social (BS) Brasileiro, baseado no instrumento já utilizado na França desde 1977. Esta discussão vem ganhando a agenda dos segmentos empresariais, ONGs, Estado e Sociedade Civil como promessa de um projeto alternativo de ampla transformação social, pautada na ética e no exercício da cidadania, solidariedade e desenvolvimento sustentável (PASSADOR, 2002).

Parente (2004) procura esclarecer que a sociedade se torna cada dia mais conscientizada sobre como devem atuar as organizações junto à sociedade. Para a sociedade, as empresas não devem mais objetivar apenas o lucro, mas precisam também se preocupar com a responsabilidade social do seu entorno. “A gestão das organizações empresariais devem demonstrar os benefícios que trazem à sociedade, frente aos malefícios que suas atividades podem causar ao meio ambiente ou à integridade física e social” (RIBEIRO; GIULIANI; SACOMANO NETO, 2006, p. 153).

Ashley (2002, p. 22-23) levanta que o tema RSC nas últimas quatro décadas vem sendo atacado e apoiado por vários autores. Os contrários se fundamentam nos conceitos de direitos da propriedade propostos por ‘Friedman’ e na função institucional de ‘Leavitt’. Os argumentos de Friedman se baseiam em que a direção corporativa não tem o direito de fazer nada que não atenda ao objetivo de maximização dos lucros, mantido os limites legais. Uma ação diferente é uma violação das obrigações legais, morais e institucionais da corporação.

Com isto, a função institucional tem como ponto central o argumento de que outras instituições como governo, sindicatos, igrejas e organizações sem fins lucrativos existem para atuarem sobre as funções necessárias ao cumprimento da responsabilidade social.

Os argumentos em defesa partem das áreas acadêmicas, e estes argumentos são enquadrados em duas linhas: ética e instrumental. Os éticos derivam dos princípios religiosos e das normas prevalecentes, defendendo que as organizações e pessoas nelas envolvidas deveriam se comportar de maneira socialmente responsável, mesmo que envolvam despesas improdutivas.

Os argumentos de linha instrumental consideram existir uma relação positiva entre um comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da organização, se justificando por uma ação proativa, através de oportunidades geradas por uma maior conscientização “sobre as questões culturais, ambientais e de gênero”, se antecipando a futuras restrições governamentais por ações da empresa, e também a diferenciação de seus produtos frente à de seus concorrentes (RIBEIRO; GIULIANI; NETO, 2006, p. 153).

2.2 Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

O conceito de Responsabilidade Social Corporativa é bastante amplo e abrange desde as ações sociais obrigatórias das empresas até à questão do desenvolvimento sustentável. Desenvolvimento Sustentável que Viola (1992, p. 144) define como uma estratégia que busca promover a harmonia entre os seres humanos e a natureza, o Relatório *Brundtland*, publicado pela ONU (1987), trouxe a discussão de que o DS traz conseqüências na relação do bem-estar e qualidade de vida da sociedade. Viola (1992) reforça também que atividade econômica, meio ambiente e bem-estar da sociedade formam o tripé básico no qual se apóia a idéia central desse desenvolvimento. O DS demanda uma série de ações tanto por parte do poder público como da iniciativa privada, não podendo deixar de frisar a participação de movimentos sociais constituídos. Entretanto, para que haja DS é necessário o uso de ações de RSC.

A RSC é defendida por Melo Neto e Froes (1999, p. 81-82) e por Drucker (1999). Para esses autores, as empresas são responsáveis pelos impactos que produzem na sociedade. Toda ação administrativa, em alguma medida, produz externalidades positivas e/ou negativas no meio

social, uma vez que os recursos naturais, a capacidade de trabalho, os capitais financeiros e tecnológicos e a organização do Estado são produzidos e mantidos pela natureza e pela sociedade. Dessa forma, as empresas têm por obrigação “no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos”.

Logo, para Ferrel (2001), a responsabilidade social é o compromisso que a empresa assume com a sociedade. Ser socialmente responsável implica em maximizar os efeitos positivos sobre os públicos envolvidos com a organização e minimizar os efeitos negativos de suas ações sobre a sociedade. Sem querer fazer juízo de valor, talvez um dos maiores desafios das organizações, independente do seu porte no mundo globalizado, é provavelmente as decisões quanto a esse posicionamento e ações positivas junto à comunidade em que está inserida. As organizações buscam dessa forma desenvolver ações internas e externas de Responsabilidade Social Corporativas (RSC) com o propósito de manter a sua imagem frente aos seus clientes.

A expressão Responsabilidade Social para Ashley (2002), suscita uma série de interpretações, que para uns pode representar a idéia de responsabilidade e ou obrigação legal, para outros como uma prática social, ou papel social e função social, outros ainda a vêem como uma contribuição caridosa ou associada a um comportamento eticamente responsável. Há ainda aqueles que acreditam que o significado transmitido é o de ser responsável ou socialmente consciente, e os que a associam a um simples sinônimo ou um antônimo de socialmente irresponsável ou não responsável.

Observa-se que nos primórdios da literatura sobre a RS Bowen em 1953 interpretava a responsabilidade social como “a obrigação do homem de negócios de adotar orientações, tomarem decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade” (CARROLL, 1999, p. 36).

Já o Ex-Presidente do Instituto Ethos, Grajew (2000), acredita que responsabilidade social é uma nova forma de pensar a administração empresarial, não é uma atividade separada do negócio da empresa, e para que a organização tenha sucesso é indispensável sua implementação. Também ele afirma que é “[...] uma gestão voltada para aperfeiçoar a qualidade das relações” (GRAJEW, 2004, p. 215). Para o autor, isto só é possível se as empresas reverem a missão de negócios de curto prazo, baseada nos lucros imediatos e na competitividade, procurando desenvolver uma visão centrada na sustentabilidade dos

objetivos importantes para a sociedade, como a preservação dos recursos naturais, do equilíbrio ambiental e a erradicação da pobreza.

Há uma vasta quantidade de interpretações sobre a RS, porém o Instituto Ethos (2008) define RSC como sendo:

Uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

A definição do Instituto Ethos demonstra a dimensão do tema RSC, que vai além de uma ação meramente isolada ou individualizada, é uma estratégia com poder de abrangência muito mais ampla. Podemos observar semelhança na definição descrita pela União Européia no ¹Livro Verde (2001, p. 6-7) como: “A responsabilidade social das empresas tem grandes implicações para todos os agentes econômicos e sociais”, onde a comissão das Comunidades Européia, em Bruxelas descreve RSC como sendo a integração voluntária das preocupações ambientais e sociais com as partes interessadas, declarando que:

Ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais – implica ir mais além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais. A experiência adquirida com o investimento em tecnologias e práticas empresariais ambientalmente responsáveis sugere que ir para além do simples cumprimento da lei, pode aumentar a competitividade de uma empresa. Assim o facto de se transcender as obrigações legais elementares no domínio social – por exemplo, em termos de formação, condições de trabalho ou das relações administração-trabalhadores – é passível de ter também um efeito “directo” sobre a produtividade. Possibilita igualmente uma melhor gestão da mudança e a conciliação entre desenvolvimento social e uma competitividade reforçada. (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 2001).

A Comunidade Européia defende a RSC como sendo também uma estratégia para a competitividade do mercado, voltada como fortalecimento da marca; e nesta linha de pensamento os autores Kotler (2000), Parente (2004) e Carroll (1999) afirmam que a

¹ A Comissão Européia elabora os chamados Livros Verdes que são documentos de reflexão publicados pela Comissão sobre um domínio de atividade específico. Tratam-se, fundamentalmente, de documentos destinados às partes interessadas, organizações e particulares, chamadas a participar num processo de consulta e debate

responsabilidade social e suas práticas são elementos importantes nas estratégias empresariais para proteger a imagem da empresa.

Em uma visão mais ampla encontramos o conceito de RSC defendido por Rosemblum (apud MELO NETO; FROES, 2001, p. 31) como sendo “uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com acionistas, fornecedores e clientes.”, e Ashley (2002, p. 6) que define RSC “como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade” englobando dessa forma todos os agentes direta e indiretamente ligados à organização.

Para Melo Neto e Froes (2001) a responsabilidade social estimula o desenvolvimento do cidadão e fomenta a cidadania individual e coletiva, as ações de RSC exigem planejamento, onde há método e sistematização e, principalmente, gerenciamento efetivo e periódico por parte das empresas-cidadãs. Compartilhando a idéia de Melo Neto e Froes (2001), Passador (2002) defende que a empresa ao atuar nas dimensões interna e externa, exerce a cidadania e passa a adquirir status de “empresa-cidadã”. Para eles, o principal papel da administração é o de criar um fórum adequado para que os colaboradores internos possam exercer a sua consciência social.

A RSC busca a sustentabilidade e auto-sustentabilidade de grandes e pequenas comunidades; é uma intervenção direta em busca de soluções de problemas sociais, é uma ação transformadora. Makray (2000, p. 113) cita a responsabilidade social ou cidadania empresarial como responsabilidade pelo todo, que para ele vem sendo exercida no Brasil e no mundo corporativo das microempresas a organizações transnacionais, numa “nova visão de mundo, em que negócio e responsabilidade social são compatíveis (relação ganha-ganha); necessários (devido ao vácuo deixado pelo Estado nas questões sócio ambientais) e possíveis (já são uma realidade)”. Ele acredita que as organizações independentemente de seu porte, devem se preocupar com todo o sistema que interage, tanto interno como externo buscando através de ações concretas de RS uma parceria justa.

Spers (2004, p. 20) levanta a idéia de Freitas que aponta a organização sendo capaz de captar e adaptar às mudanças ocorridas no contexto contemporâneo, “pois entende que são frutos da interação entre o espaço social e o temporal que produz formas de representação de mundo que consistem sua auto-imagem”. A autora defende que há limitações, visto que tal

imaginário podem tomar dimensões contraditórias. Para ela, é necessário tomar cuidado com a idéia de uma empresa cidadã, uma vez que este atributo é humano valorativo, e o valor preponderante da organização ainda está pautado em conceitos econômicos buscando o lucro.

Melo Neto e Froes (2001) e a União Européia no Livro Verde (2001) apresentam a definição de Responsabilidade Social Corporativa em duas dimensões: a interna e a externa. Porém, Melo Neto e Froes (2001) vão além: defendem que dentro deste novo modelo de RSC e cidadania empresarial, o primordial para o administrador é gerenciar as ações sociais com eficiência e eficácia e obterem sucessos em seus projetos, é a implantação de atos contínuos que se dividem em três estágios definidos como o exercício de gestão social interna, a gestão externa e por fim a gestão social cidadã.

A RSC tem seus princípios pautados na dimensão ética, econômica, legais e humanitária, os atos e atitudes devem buscar o respeito às pessoas, comunidades e meio ambiente; comportamentos íntegros, certos e justos obedecendo a valores que contribuam para o bem estar social e desenvolvimento sustentável, não deixando de observar as necessidades de sustentabilidade das organizações.

2.2.1 Responsabilidade Social Interna

Responsabilidade social interna está relacionada diretamente aos empregados e seus dependentes; assim, estes se caracterizam, segundo Melo Neto e Froes (2001, p. 109), como “agentes sociais cujo comportamento tem grande impacto na empresa, na comunidade e sociedade”. Os autores acreditam que o exercício da responsabilidade social interna está muito além da gestão de benefícios e remuneração, pagamentos de dividendos, assistência médica-social e outras.

A responsabilidade social interna, para Melo Neto e Froes (2002, p.111), compreende e envolve as questões relacionadas à jornada de trabalho, à carga de trabalho, ao desenho de cargos e postos de trabalho, materiais e equipamentos, desenvolvimento e habilidade e organização do trabalho. Inclui também a gestão do trabalho e espaço total de vida buscando os aspectos como equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

Relaciona-se também com a gestão do ambiente de trabalho, onde se deve almejar as ações de melhoria no ambiente de trabalho, focando todos os aspectos como clima, cultura, meio ambiente físico, ergonômicos e outros. A organização tem que conscientizar seus funcionários por meio da gestão de relevância social da vida no trabalho, uma visão quanto à imagem e ao exercício da RSC da empresa.

As empresas devem observar e pôr em prática a gestão de direitos dos empregados que envolve as normas trabalhistas, a preservação da privacidade pessoal do empregado, a forma de liberdade de expressão em defesa de seus direitos dentro da organização e também a gestão do crescimento e desenvolvimento pessoal dos empregados, que inclui segurança de emprego e perspectivas de carreira.

Pode-se contemplar estas mesmas idéias de Melo Neto e Froes (2002), no Livro Verde (2001) o qual corrobora acrescentando a aprendizagem ao longo da vida, responsabilização dos trabalhadores, melhores informações internas, melhor equilíbrio entre as vidas profissional, familiar e de tempo livre.

O PRONACI² (2003, p. 13), em seu caderno temático, caracteriza a dimensão interna como essencialmente voltada a questões relacionadas com os colaboradores, investimentos no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão das mudanças. Esse mesmo artigo da PRONACI traz uma pesquisa Arménio Rego realizada junto às empresas de Portugal em 2003, onde coloca em evidência as grandes possibilidades de desenvolvimento organizacional que a adoção de prática social e ambiental responsáveis pode originar. E dentro dessa dimensão interna é tida como condição base estabelecer complementaridades entre as necessidades das empresas e as necessidades sentidas pelos seus colaboradores.

² O PRONACI é o Programa Nacional de Qualificação de Chefias Intermédias elaborado pela Associação Industrial Portuense em 1995, com o objetivo de valorizar e qualificar as chefias intermédias em um modelo avançado de formação.

2.2.2 Responsabilidade Social Externa

Para se definir a responsabilidade social externa pode-se compartilhar a visão de Jones (2008, p. 80) onde o empenho corporativo na Responsabilidade social externa pode ser atribuído ao interesse de promover sociedades estáveis. O autor afirma que “sem uma sociedade estável, as empresas privadas não estarão em condições de adotar estratégias lucrativas, uma vez que não poderão fabricar ou vender seus produtos”. Jones (2008) defende que as empresas às vezes necessitam designar uma parcela expressiva de seus recursos para a gestão de crises e riscos, independentes de qual motivo os originou. Embora as corporações comecem com esta meta, em breve percebem que precisam equilibrar essa estratégia com outra que limite a dependência delas por parte da sociedade no tocante ao bem-estar onde o governo não possa atuar ou não atue.

Responsabilidade social externa abrange, segundo o PRONACI (2003, p. 15-16), “a comunidade local, parceiros comerciais, os fornecedores, os clientes, as autoridades públicas, e as ONGs”. E também a valorização e estreitamento de relações e colaboração com as comunidades locais, no qual podem obter os recursos humanos e naturais inseríveis na cadeia produtiva, e para cujo desenvolvimento podem e devem contribuir.

Dentro de uma visão mais ampla pode-se contemplar no Livro Verde (2001) a dimensão da responsabilidade social externa quanto às preocupações com a poluição sonora, das águas, do solo e do ar, seja através de eliminação e transporte de resíduos; ações de combate à pobreza; ao trabalho infantil; à corrupção; a observância de critérios de respeito pelos direitos humanos, mesmo em países de acolhimento onde tais princípios não imperem; respeito pelas tradições locais; doativos para ações de caridade; patrocínio a eventos culturais e esportivos e por fim a prática ética das negociações.

A visão do Instituto Ethos (2008) quanto a RS externa; a empresa podem se utilizar de ações como oferecer apoio as escolas locais, doar equipamentos usados ou excedentes; convidar alunos e professores das escolas para visitar e conhecer o trabalho desenvolvido pela empresa, encorajar os funcionários a servirem de mentores, para os alunos na área pessoal ou acadêmica; criar intercâmbio com escolas através de estágios e parcerias; e outros.

Os investimento principalmente na área educacional, a médio e longo prazo, significa investir no elemento humano, que poderá permitir ao empresariado a possibilidade de buscar na comunidade, ‘o talento profissional’ que será o diferencial de competição no mercado.

Melo Neto e Froes (1999) definem uma estratégia de atuação das empresas de acordo com os conceitos de Responsabilidade Social Interna e Externa. Segundo eles, um projeto de Responsabilidade Social pode ser dividido em quatro partes estratégicas: “ foco; áreas de atuação; instrumentos; e tipo de retorno”.

Na responsabilidade Social Externa as empresas podem trabalhar com a comunidade onde ela está inserida, as comunidades carentes, seus fornecedores, o governo, ONGs e outros. Atuando em áreas como educação, saúde, assistência social, cultura, meio ambiente e outras.

2.3 Responsabilidade Social ou Filantropia

Sob o véu da filantropia há uma enorme tradição liderada pela igreja católica e outros grupos voluntários, ligados direta ou indiretamente a instituições de conotação religiosa observado no livro *American Philanthropy*, de Robert H. Bremner³, citado pelo *eJournal USA Sociedade e Valores* (2006) que continua sendo a principal referência sobre a filantropia norte americana. Em sua introdução, o texto de Bremner define o objetivo da filantropia como a “melhora da qualidade da vida humana [...] para promover o bem-estar, a felicidade e a cultura da humanidade”. Segundo o mesmo autor a benevolência natural tem desempenhado papel proeminente e funções importantes na sociedade, e vem sendo uma das principais maneiras de promoção do avanço social. E ao narrar a meta das atividades filantrópicas nos Estados Unidos, Bremner escreve:

Somos todos em parte beneficiários da filantropia sempre que freqüentamos a igreja ou a faculdade, visitamos museus ou salas de concertos, tomamos livros emprestados de bibliotecas, fazemos tratamentos em hospitais ou desfrutamos de horas de lazer em algum parque. A maioria de nós usa - ou poderá ter a oportunidade de usar – instituições e serviços, agora financiados pelos impostos, que começaram como iniciativas filantrópicas. Continuamos a contar com a filantropia para apoiar a pesquisa científica, os experimentos no campo das relações sociais e a

³ Livro escrito para a série História da Civilização Americana, da editora da Universidade de Chicago.

difusão do conhecimento em todas as áreas de aprendizagem. (eJOURNAL SOCIEDADE E VALORES, 2006, p. 6).

Alguns argumentam que a filantropia está obsoleta e comumente assume a abordagem de cima para baixo. O contra-argumento se dá pelo fato de haver casos em que a filantropia é apropriada e até mesmo necessária. Em campos, como as artes, em que é importante preservar a criatividade do favorecido, a doação filantrópica permite um tipo de doação menos envolvente/participativo. Para empresas que não dispõem da capacidade de recursos humanos e financeiros para adotar um nível mais participativo de RSC, a doação filantrópica é aceitável. Para essas organizações a doação filantrópica é um primeiro passo necessário em seu processo evolucionário (JONES, 2008).

Para elucidar qual o significado de filantropia, buscou-se suas características na visão de Melo Neto e Froes (2001), os quais a julgam como uma ação voluntária e pontual, tendo bases assistencialistas, não tendo relação com o segmento da organização. Uma de suas principais características é a ausência de gerenciamento e controle. Sendo exatamente estas características que a diferenciam da Responsabilidade Social, que segundo os mesmos autores possui bases estratégicas, é uma ação coletiva envolvendo os públicos alvos e tem consciência transformadora, monitorando todo o investimento social.

A autora Araujo (2004) observa que aparece na sociedade brasileira recentemente “o reforço de ações voluntárias baseadas em concepções filantrópicas, acompanhadas, em maior ou menor grau, de uma politização de conteúdos que desembocam no espaço comum da chamada solidariedade”

Para autora Araujo (2004, p.75), a filantropia tem o poder de agregar voluntários capazes de ações multiplicadoras acionando um tipo de economia simbólica que não se reduz à esfera econômica, legitimando suas práticas através da noção de urgência advinda do estado de miséria em vastos setores da sociedade. Ela menciona que “a solidariedade reporta-se a um tipo de valor social pouco vigente na sociedade moderna secularizada”, evocando também não só os riscos ideológicos da dominação, mas fazendo emergir o plano dos sentidos da dádiva esfera dos direitos sociais.

2.4 Responsabilidade Social Corporativa e as Organizações Não Governamentais (ONGs) como Parceiras

As inúmeras necessidades sociais crescentes levaram grupos de pessoas a se reunir em torno do objetivo de executar projetos de interesse público e humanitário, com o crescimento deste grupos, a Organização das Nações Unidas (ONU) titula a eles o termo ONG (Organização não Governamental). E segundo Menescal (1996, p. 22) o primeiro documento a utilizar-se deste termo foi a Resolução 288 do Conselho Econômico e Social (ECOSOC) da ONU, em 1950. Segundo o documento, ONG é uma “organização internacional a qual não foi estabelecida por acordos governamentais”, abrangendo uma variedade heterogênea de organizações.

A partir do ano de 1950, com um crescente número de organizações civis nacionais e internacionais, a expressão ONG passou a ser utilizada para referir-se às agências e entidades de cooperação financeira, de projetos desenvolvimentista e assistencialista, ainda incluindo uma grande quantidade de organizações (TREVISOL, 1998; 2001).

Landin (1993, p. 26) afirma que o crescimento das ONGs enquanto fenômeno social e político ocorreu no Brasil, a partir do encontro entre alguns atores essenciais que tinham ideais e histórias distintas. Eram eles: cristãos, ligados principalmente à Igreja Católica; grupos da classe média que estavam ligados às universidades e/ ou às organizações de esquerda e; agências internacionais de cooperação. Para a autora o conceito de ONGs é polissêmico, cujo significado se diverge e está em disputa.

Contudo autores como, Fernandes (1995), Scherer-Warren (1995), Menescal (1996), Trevisol (1998) e Ferreira (2005), afirmam que as ONGs possuem características próprias as quais diferenciam das demais, porque elas:

- a. São entidades formais e com certa estabilidade institucional: a organização deve estar estruturada, com reuniões regulares, representantes reconhecidos e trabalhos consolidados como regulares.
- b. São privadas, mas com finalidades públicas: apesar das ONGs oferecerem bens (materiais ou simbólicos) de finalidade pública, estas não fazem parte do aparelho estatal. Brotam da

iniciativa de cidadãos que se organizam com finalidade(s) social(ais) específica(s). Observa-se que não há restrições ao recebimento de verbas públicas nem à participação de membros do governo nos conselhos de gestão, desde que não sejam a maioria.

c. São instituições autônomas: as ONGs não estão subordinadas a qualquer outra estrutura organizacional maior, como empresas, Igrejas, partidos, universidades ou Estado. Desta forma, pastorais das igrejas, segmentos empresariais, departamentos universitários, ainda que desempenhem trabalhos semelhantes aos das ONGs, não são classificados como tal. É fato que, na prática, principalmente por conta do seu modelo de financiamento, essas organizações sofrem pressão de todos os lados: cooperação internacional, partidos políticos, movimentos sociais, governos, igrejas etc.

d. Tem participação voluntária: no mínimo o quadro de sua diretoria e/ou conselho deliberativo possuem voluntários.

Gohn (1999) defende que as ONGs e movimentos sociais em parceria com grupos sociais organizados geram um tipo de associativismo com um nível de poder local de maneira a constituir uma nova esfera da economia. Para Melo Neto e Froes (2001) foi Peter Drucker (1994) que identificou e denominou de “economia social” ou, simplesmente, terceiro setor esse associativismo.

É importante ressaltar que Menescal (1996, p. 24) defende que as ONGs, no contexto brasileiro, não devem ser compreendidas como pertencentes ao Terceiro Setor, já que essas organizações se negam em ser as responsáveis por colocarem à disposição da sociedade os chamados bens coletivos, pois consideram este o principal dever das instituições estatais. Para a autora “as ONGs surgem não como substitutas das ações do Estado, mas como novas instâncias que podem dar contribuições, apresentar propostas e influenciar positivamente as políticas governamentais na busca de mudanças sociais significativas”.

É o processo de parcerias entre instituições privadas e o terceiro setor ONGs, que possibilita gerar ações compartilhadas para a busca de soluções aos problemas sociais que exigem a participação e colaboração de ambos (AUSTIN, 2001 *apud* DRUCKER, 2002). O autor se refere a uma vasta quantidade de parcerias estabelecidas nos Estados Unidos da América nas últimas décadas, entre empresas privadas de todos os portes com entidades governamentais,

não-governamentais e comunitárias que realizaram importantes projetos que produzem significativas contribuições sociais, além de benefícios econômicos para si próprias.

Melo Neto e Froes (200, p. 25) acreditam que o terceiro setor tem uma característica de gerar novos “conhecimentos e de contribuir para o aumento da empregabilidade e capacitação profissional de pessoas residentes na comunidade”, fenômeno esse que é chamado de “empowerment dos setores populares”. Mas Gohn (2002, p.80) acredita que os componentes do Terceiro Setor “não lutam contra a exclusão social gerada pelo modelo econômico, mas buscam novas formas de inclusão e a integração social no modelo econômico atual.

No Brasil, as ONGs são importantes parceiros para a implementação e elaboração de projetos sociais, buscando diminuir os impactos que o modelo econômico atual apresenta. Os projetos das ONGs em parceria com as organizações privadas e governamentais passam a gerar novos meios econômicos a comunidades menos favorecidas pelo sistema social liberal. E neste contexto as MPEs podem contribuir muito por estarem mais próximas das comunidades.

3 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Este capítulo busca abordar os conceitos de microempresas e empresas de pequeno porte, caracterizando-as conforme o estatuto das micro e pequenas empresas do Brasil, assim como a importância delas para o crescimento e desenvolvimento do País.

3.1 Conceito de Micro e Pequena Empresa

Longenecker (1997, p. 123) expressa o quanto é importante as MPEs para o bem-estar econômico de um País, produzindo uma parte total dos bens e serviços, além de oferecer contribuições excepcionais, na medida em que:

- a) criam muitas oportunidades de emprego para uma comunidade e uma economia em crescimento: enquanto as grandes organizações estão “achatando” e dispensando funcionários, as micro e pequenas empresas continuam a gerar empregos mesmo ao saírem de sua categoria econômica;
- b) implementam inovações: conforme o nível de concentração em um setor se eleva, atividades inovadoras tendem a reduzir; daí a confirmação da importância da inovação das MPEs, que motiva a produtividade, fornecendo qualidade em produtos e métodos de produção;
- c) estimulam a competição: operando como concorrentes econômicos, causam um efeito saudável ao sistema capitalista;
- d) auxiliam as grandes empresas: exercendo algumas funções com eficiência tais como a distribuição, ligando produtores e clientes, e a função de fornecimento, o qual lhes permite atuar como fornecedores e subcontratantes, contribuindo para o sucesso das grandes empresas;
- e) produzem com eficiência bens e serviços: sendo menos afetadas por estruturas complexas, que inibem a flexibilidade e a produtividade de muitas organizações, elas mostram que ser maior não é necessariamente ser melhor.

Kruglianskas (1996) acredita que um grande número de MPEs na economia leva à menor concentração de mercado e induz à melhor distribuição de renda, favorecendo a estabilidade social e política. Uma estrutura de mercado menos concentrada tolera maior dinamismo, além de proporcionar a redução de problemas inflacionários, decorrentes da existência dos oligopólios, possuidores de poder sobre a definição dos preços no mercado.

As MPEs apresentam características peculiares, inerentes à sua estrutura e ao seu tamanho, diferenciando-as das grandes empresas. As empresas de menor porte, normalmente, apresentam um comando individual do proprietário, com o(s) sócio(s)-gerente envolvido(s) em todas as decisões da empresa. Conhecer e compreender tais características são fundamentais, e o Comitê de Tecnologia e Inovação no Fórum Permanente da Microempresas e Empresas de Pequeno Porte instituído a partir da Lei nº 9.841/99, no ano de 2007 com a finalidade de estabelecer um perfil aproximado dessas empresas apresenta algumas características predominante como: menor nível contábil, gerencial e estrutural, aonde as demandas vêm quase sempre de uma idéia, ou necessidade pertinente à empresa. As ME e EPPs têm dificuldade de demonstrativos sejam estes técnicos ou contábeis; o seu capital é reduzido; há pouca capacidade de desenvolver parcerias com técnico e acadêmicos; têm ausência de recursos humanos qualificados; e elas não têm facilidade de estabelecer parcerias que garantam o cumprimento das exigências contratuais firmadas. Além destas características o Fórum Permanente declara que:

- A característica básica das ME e EPPs é a falta de estrutura na empresa, falta de visão e ausência de conhecimento técnico. Geralmente o empresário é responsável por todas as áreas da empresa;
- Seus recursos humanos não são suficientes nem apropriados para as atividades de P&D;
- Falta de entendimento das empresas sobre a importância da inovação, não reconhecendo este processo como elemento alimentador da longevidade dos seus negócios. Falta de cultura;
- As ME e EPPs normalmente focam ações que geram resultados operacionais de curto prazo;
- Desconhecimento destas empresas sobre as questões tecnológicas que envolvem as suas áreas de atuação e sua importância para o seu desenvolvimento;
- Nível de faturamento baixo;
- Questões relativas à qualidade; design, tecnologia, RH e infra-estrutura;
- As ME e EPPs são mais fragilizadas no tocante a incentivos fiscais/tributários. Há necessidade de políticas específicas para estimular a inovação; Capacidade de gerar postos de trabalho [...]. (FÓRUM PERMANENTE DA MICRO E PEQUENA EMPRESA, 2007).

No Brasil na década de 80, com a diminuição do ritmo de crescimento da economia, e resultando em maior nível de desemprego, o pequeno negócio passou a ser considerado uma grande alternativa para a ocupação da mão-de-obra excedente no País, levando a surgir ao final da década as primeiras ações mais concretas para estimular a abertura de micro e pequenas empresas na economia, dentre as quais cabe mencionar: - a implantação do primeiro Estatuto da Microempresa (Lei nº7. 256 de 27 de novembro de 1984) e a inclusão das ME na Constituição Federal do Brasil de 1988, onde o artigo 179 do capítulo da Ordem Econômica passou a garantir-lhes tratamento diferenciado (IBGE, 2008).

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às MPes) defende que o conceito de microempresa e empresa de pequeno porte são variados de acordo com a região, o porte econômico-financeiro, o ramo de negócio e a forma jurídica (tabela 1). Segundo o SEBRAE (2002) no Brasil o Governo Federal, para fins de tributação e vigência do SIMPLES, diferencia a empresa de micro e pequeno porte, considerando o faturamento bruto anual como pode ser observado na (tabela 2).

Tabela 1- Classificação das MPes segundo o número de empregado.

Porte/Setor	Indústria	Comércio e serviços
Microempresas	Até 19 empregados	Até 9 empregados
Empresa de pequeno porte	de 20 á 95 empregados	de 10 á 49 empregados
Médias	de 100 á 499 empregados	de 50 a 99 empregados
Grandes	acima de 500	Acima de 100 empregados

Fonte: adaptado de SEBRAE Nacional (2002).

A classificação do porte das empresas se dá através da quantidade de funcionários que as mesmas contratam e seu ramo de atuação no mercado, variando entre a indústria e o comércio e serviços.

Tabela 2 - Classificação das MPES segundo o faturamento bruto anual

Porte	Estatuto das MPEs	Simples Federal	Simples Paulista	Exportações
Microempresas	Até R\$ 443.775,14	Até R\$ 240 mil	Até R\$ 240. mil	Comércio e serviços - até US\$ 200 mil Indústria - até US\$ 400 mil.
Empresa de Pequeno Porte	Acima de R\$ 443.775,15 a R\$ 2.133.222,00.	Acima de R\$ 240 mil a R\$ 2,4 milhões	Acima de R\$ 240 mil a R\$ 2,4 milhões	Comércio e serviços - acima de US\$ 200 mil a US\$ 1,5 milhão. Indústria - acima US\$ 400 mil a US\$ 3,5 milhões

Fonte: adaptado do Estatuto: Lei Federal nº 9.841/99, atualizada pelo Decreto nº 5.028/04, Simples Federal: Lei Federal nº 9.317 atualizada, Simples Paulista: Lei estadual nº 12.186/05 e Exportações: Resolução Grupo Mercado Comum 59/98.

Esta definição da ME e EPP citado pelo SEBRAE, advém da Lei Nº 9.841/99 de 05 de outubro de 1999; atualizado pelo decreto Nº 3474 de 19 de outubro de 2000 do Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. Este mesmo Estatuto através do decreto Nº 5.028/94 prevê ainda a utilização de conceitos de microempresa e empresa de pequeno porte, segundo as regras adotadas pelo MERCOSUL, exclusivamente para apoio de crédito à exportação:

- a) - Microempresa industrial, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que exerçam atividade industrial e que tiverem receita bruta anual igual ou inferior a US\$ 400 mil;
- b) - Microempresa comercial ou de serviços, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que exerçam atividade de comércio ou de serviços e que tiverem receita bruta anual igual ou inferior a US\$ 200 mil;
- c) - Empresa de pequeno porte industrial, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que exerçam atividade industrial e que tiverem receita bruta anual igual ou inferior a US\$ 3,5 milhões;
- d) - Empresa de pequeno porte comercial ou de serviços, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que exerçam atividade de comércio ou de serviços e que tiverem receita bruta anual igual ou inferior a US\$ 1,5 milhões;

O Estatuto da ME e EPP do Brasil propõe uma inovação, onde em seu capítulo de desenvolvimento empresarial, determina que o governo federal não poderá aplicar menos que

20% dos recursos do segmento das MPEs em pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica na área empresarial. A legislação ainda estabelece também que os órgãos da Administração Pública que atuem em áreas tecnológicas deverão desenvolver mecanismos que facilite o acesso a serviços de metrologia e certificações às MPEs.

Uma das características peculiares das ME e EPP é o contato direto entre os proprietários-dirigentes e os funcionários. Isso facilita às negociações de ambas as partes, bem como permite aos funcionários obterem conhecimento da situação na qual a empresa se apresenta, podendo servir como fonte de incentivo e de motivação para execução dos trabalhos. Por outro lado, na gestão o micro e pequeno empresário apresentam características pessoais como dedicação, necessidade de auto-realização, criatividade, iniciativa e disposição de assumir riscos (KASSAI, 1997, p. 62).

3.2 A Importância da Micro e Pequena Empresa

A importância de pequenos empreendimentos pode ser observado por um levantamento estatísticos do IBGE em 2002, onde no Brasil a quantidade de empresas em atividade alcançava 4.918.370 unidades, nos setores da indústria, construção, comércio e serviços. E as microempresas representavam 93,6% do total das empresas, sendo o setor do comércio o mais representativo, com 95,4% de empresas desse porte. O conjunto das MPEs alcança 99,2% do total, mostrando assim a relevância das Micro e pequenas empresas para a economia do país.

Outro estudo realizado pelo GEM em 2007 demonstra a vocação do povo brasileiro para o empreendedorismo onde segundo a pesquisa 12,7% da população do Brasil está envolvida com alguma atividade empreendedora. Desses 41,6% ou seja, 7,5 milhões de brasileiros que empreendem não o fazem voluntariamente, mas por necessidade de existência (SCHLEMM, 2008, p.8.). O estudo deixa claro que as micro e pequenas empresas no Brasil são negócios criados para a manutenção pessoal e familiar sem uma proposta de plano de negócio elaborado.

3.3 Ações Sociais das Micro e Pequenas Empresas

Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2004) de São Paulo, intitulada Responsabilidade Social nas MPEs, apurou-se que a percepção de que a responsabilidade social é somente para as grandes empresas não condiz com a realidade do universo organizacional. Segundo o estudo, a maioria dos pequenos negócios - 74% das empresas – realizou ações espontâneas focada à filantropia no período de 12 meses que antecederam a pesquisa. E apurou mais: é grande a sensibilidade dos empresários em relação à comunidade. O desejo de colaborar com a sociedade somava 78% deles.

Segundo o mesmo estudo, as micro e pequenas empresas paulistas estão preocupadas com a sociedade, especialmente, com as comunidades que ficam ao redor de suas instalações; elas sentem-se responsáveis pelo bom desenvolvimento da comunidade e realizam ações de responsabilidade social freqüentemente, ou seja, mensalmente.

A pesquisa levanta também que, dos entrevistados, 26% não praticavam a RS por não ter pensado no assunto ou por falta de recursos financeiros. Mas o estudo demonstra que a opção por ajudar por meio de doações ou filantropias é um dos principais meios de ações sociais por parte das MPEs (PORTAL DO ADMINISTRADOR, 2008).

O estudo mostrou que as MPEs pensam nas comunidades ao seu redor, mas esta pesquisa não levantou como estas mesmas MPEs praticam suas ações de RS dentro da empresa, qual o seu relacionamento com seus colaboradores internos (funcionários e familiares) e se existem estas ações.

Que o papel da MPEs na sociedade é importante à nação, quanto ao fator econômico, isto não é discutido; mas qual sua relevância para o desenvolvimento social e de bem estar da sociedade em seu entorno é que é a discussão. Para autores como Bremen, a prática de ações de filantropia tem o objetivo de “melhora da qualidade da vida humana [...] para promover o bem-estar, a felicidade e a cultura da humanidade” (eJOURNAL USA SOCIEDADE E VALORES, 2006), e vem sendo uma das principais maneiras de promoção do avanço social.

As MPEs são importantes agentes para práticas de RSC, mesmo que as empresas em sua maioria executem ações de filantropias. As MPEs pelo fato de estarem próximas as comunidades, e terem um grande potencial de crescimento econômico podem, sem querer formar juízo de valor, o diferencial de mudança na exclusão social latente criado pela globalização e o sistema liberal.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Neste capítulo, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados no desenvolvimento desta pesquisa. O estudo tem caráter qualitativo e exploratório, e as técnicas utilizadas foram a pesquisa bibliográfica e entrevistas.

Segundo Marconi e Lakatos (1999, p. 87), o estudo exploratório é uma forma de investigação empírica que possui tripla finalidade: buscar desenvolver hipóteses; aumentar o conhecimento do pesquisador com um determinado ambiente, tema, fato ou fenômeno para que se possa realizar uma pesquisa futura mais precisa; ou modificar e clarificar conceitos. Para Malhotra (2006, p. 100) o objetivo da pesquisa exploratória é “explorar ou fazer uma busca em um problema ou em uma situação para promover critérios e maior compreensão”. O autor defende também que a pesquisa exploratória pode ser usada para identificar cursos alternativos de ação; desenvolver hipóteses; isolar variáveis e relações-chave para exames posteriores; ou obter critério para desenvolver uma abordagem do problema.

Marconi e Lakatos (1999, p.73), declaram que pesquisa bibliográfica abrange todo o material bibliográfico referente ao tema da pesquisa, desde boletins, revistas jornais, livros, teses, publicações avulsas e outros, até meios de comunicação orais: rádios, gravações em fitas magnéticas, filmes e televisão.

Quanto a entrevista, é o encontro entre duas pessoas, com a finalidade de uma delas obter informações a respeito de determinado tema, mediante conversação profissional. Instrumento de investigação social, a entrevista consiste no desenvolvimento de precisão e fidedignidade de certo ato social. Proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária (MARCONE; LAKATOS, 1999, p. 94).

O presente capítulo está estruturado em três seções. A seção 4.1 apresenta de que forma foram coletados os dados primários e secundários para o desenvolvimento da pesquisa; a seção 4.2 discute como foi trabalhada a amostra para coleta de dados; a seção 4.3 esclarece como se desenvolveu a análise dos dados da pesquisa.

4.1 Coleta de Dados

O levantamento dos dados secundários deste trabalho ocorreu por meio de um estudo bibliográfico: foram utilizados materiais publicados em artigos, *journals*, dissertações, teses, livros e páginas da *Internet*.

Para a obtenção dos dados primários foi realizada uma pesquisa de campo, que constitui em entrevistas com perguntas não-estruturadas, abertas, em uma abordagem direta (MALHOTRA, 2006, p. 163)

Buscou-se elaborar um questionário para coleta dos dados de campo estruturando-o de forma a aglomerar as perguntas em blocos da seguinte forma:

- a) uma pergunta para levantar os dados sobre a visão dos administradores das MPEs sobre a diferença entre o entendimento do que é filantropia e o que é RSC;
- b) seis perguntas para verificar a forma como são praticadas as ações de responsabilidade social; e
- c) três perguntas para levantar informações que se referem a descobrir como as empresas se beneficiam com as ações de RS.

Segundo Marconi e Lakatos (1999), a entrevista se trata do encontro de duas pessoas com a finalidade de uma delas obter informação de determinado tema, mediante conversação de natureza profissional. No tipo de entrevista despadronizada ou não-estruturada em geral, as perguntas são abertas e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas. O modelo de entrevista focalizada conforme Marconi e Lakatos (1999, p. 96) se utiliza de um roteiro de tópicos relativos ao problema ou tema em questão. O pesquisador tem a liberdade de fazer perguntas abertas com o propósito de sondar razões e motivos, e prover esclarecimentos, não obedecendo a rigor, a uma estrutura padronizada.

4.2 Amostra

A pesquisa de campo foi realizada na cidade de Sorocaba (interior do Estado de São Paulo), com o foco de estudo nas microempresas e empresas de pequeno porte classificadas por faturamento conforme o Estatuto das Micro e Pequenas Empresas do Brasil. Foram realizadas entrevistas com gestores de 20 (vinte) MPEs do setor industrial. Os segmentos utilizados para a pesquisa foram os de fabricação de máquinas para escritório, equipamentos de informática e papelaria; fabricação de produtos alimentícios e bebidas; fabricação de produtos de metal – exclusive máquinas e equipamentos, conforme classificação da Receita Federal do Brasil (COMISSÃO NACIONAL DE CLASSIFICAÇÃO, 2008).

A amostra é de natureza “não probabilística intencional” (MARCONI; LAKATO, 1999, p. 54), coletada por julgamento do pesquisador (MALHOTRA, 2006, p. 327). Nesta técnica, o pesquisador seleciona a unidade amostral por conveniência, com base em seu julgamento. O pesquisador não se dirige à ‘massa’, mas aquele que em seu entender é o mais representativo da população de interesse, ou apropriados por algum motivo, como pela função desempenhada, cargo ocupado, prestígio social e outros (MARCONI; LAKATOS, 1999; MALHOTRA, 2006).

Foram escolhidas empresas de três segmentos da indústria de transformação. Compreende-se indústria de transformação como “setor da produção industrial voltado para transformação de matérias-primas em bens, [...] de capital (máquinas, ferramentas, autopeças, etc.) e de bens de consumo [...]” (SANDRONI, 2001, p. 300). A quantidade de amostra a ser entrevistada em cada segmento na indústria, foi determinada adotando-se como critério o setor que mais teve crescimento no período de 2000 a 2004, que conforme o SEBRAE (2008) foi o de máquinas e equipamentos, com aumento de 44,4% naquele período. Para este setor determinaram-se 11 entrevistas das 20 a serem realizadas, para o setor e as demais foram distribuídas entre os outros dois setores escolhidos, o de alimentos e bebidas com 5 entrevistas e o setor máquinas de escritório as outras 4 entrevistas.

4.3 Análise dos Dados

Após o levantamento dos dados na pesquisa de campo, foi realizada a análise dos mesmos os confrontando com conceitos estudados sobre o tema de RSC e buscando responder aos objetivos específicos: verificar se existem diferenças entre a Responsabilidade Social Corporativa e a ação filantrópica na visão dos administradores das micro e pequenas empresas; verificar se, na opinião dos administradores, a prática de ações de RSC traz algum benefício à empresa; e identificar de que forma os administradores de micro e pequenas empresas (MPEs) realizam suas ações sociais.

A análise se baseou no conceito de RSC defendido por Melo Neto e Froes (1999, 2001, 2002) e por Drucker (1999), de que as empresas são responsáveis pelos impactos que produzem na sociedade. Toda ação administrativa, em alguma medida, produz externalidades positivas e/ou negativas no meio social, uma vez que os recursos naturais, a capacidade de trabalho, os capitais financeiros e tecnológicos e a organização do Estado são produzidos e mantidos pela natureza e pela sociedade e de filantropia que Bremner define como a “melhora da qualidade da vida humana [...] para promover o bem-estar, a felicidade e a cultura da humanidade”(BREMNER *apud eJOURNAL SOCIEDADE E VALORES*, 2006, p. 6)

5 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Neste capítulo, serão apresentados os dados levantados na pesquisa que formulou as proposições acerca de como os gestores das micro e pequenas empresas desenvolvem suas ações sociais e se eles praticam a RSC. O tópico 5.1 aborda a visão dos administradores sobre RS e a Filantropia. No 5.2 se levanta se as MPEs praticam ações de RS e de que maneira ocorre, com parceria ou sozinhas; se os administradores motivam seus funcionários a participarem de ações sociais; e se há parcerias com fornecedores e clientes nas ações sociais e também se estes gestores acompanham a execução destas ações. O tópico 5.3 discute a visão dos administradores sobre se os seus clientes percebem as ações de RS; e na seção 5.4, busca-se descobrir se as ações de RS trazem algum benefício para as empresas. Por fim, na seção 5.5 levanta-se qual foi o último projeto desenvolvido pelas MPEs e quando isto ocorreu.

Elaborou-se o quadro 1 com os dados dos administradores e empresas entrevistados, MPEs do setor industrial, caracterizando as empresas por números, nome do entrevistado, a função que ele ocupa, segmento de atividade industrial conforme a Comissão Nacional de Cadastro da Receita Federal do Brasil, quantidade de funcionário, benefícios que a empresa concede a seus funcionários, dentre outros dados relevantes.

Quadro 1 - Dados dos Administradores e Empresas entrevistadas

Empre sa	Entrevistado(a)	Função	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Marcos	Proprietário	produtos de metal	20	18	65.000,00	Nov./1990	EPP	N	Graduação	S	2	S	S	S
2	Osmar	Proprietário	produtos de metal	27	12	98.000,00	Nov./1996	EPP	N	Graduação	S	2	S	S	N
3	Simone	Proprietário	produtos de metal	13	14	45.000,00	Jan./1994	EPP	N	2º grau	S	1	S	N	N
4	Henrique	Gerente geral	produtos de metal	15	5	86.000,00	Mai./1999	EPP	N	2º grau	N	1	S	S	N
5	Gustavo	Gerente RH	alimentícios e bebidas	30	5	120.000,00	Fev./1998	EPP	N	Graduação	S	2	S	S	N
6	Alfredo	Proprietário	produtos de metal	12	8	80.000,00	Jan./1997	EPP	N	Graduação	N	2	S	S	S
7	Valdemar	Proprietário	produtos de metal	6	18	30.000,00	Nov./1990	ME	N	Ensino médio	N	2	S	N	N
8	Arnaldo	Proprietário	produtos de metal	5	7	30.000,00	Jan./2001	ME	N	Ensino médio	N	1	S	N	N
9	Sônia	Proprietário	alimentícios e bebidas	10	18	65.000,00	Nov./1990	EPP	N	Graduação	S	2	S	S	N
10	Gabriel	Proprietário	alimentícios e bebidas	7	9	35.500,00	Set./1999	ME	N	Graduação	N	1	S	S	S
11	Cristina	Proprietário	máquina para escritório	12	10	45.000,00	Out./1998	EPP	N	Graduação	S	1	S	S	S
12	Núbia	Gerente geral	máquina para escritório	9	6	36.000,00	Nov./2000	ME	N	Graduação	N	2	S	S	N
13	Eduardo	Proprietário	máquina para escritório	10	18	95.000,00	Jul./1999	EPP	N	Graduação	N	2	S	S	S
14	André	Gerente geral	alimentícios e bebidas	12	4	36.800,00	Jun./2002	ME	N	Graduação	S	1	S	N	N
15	Antônio	Gerente indust.	produtos de metal	10	6	90.000,00	Set./2002	EPP	N	Grad/Pós grad.	N	1	S	S	S
16	Aylan	Gerente com.	alimentícios e bebidas	16	4,5	110.000,00	Abr./1989	EPP	N	Graduação	S	2	S	N	N
17	Gomes	Gerente indust.	produtos de metal	17	5	130.000,00	Fev./1990	EPP	N	Graduação	N	2	S	S	N
18	Ângelo	Proprietário	produtos de metal	9	9	32.000,00	Mar./1999	ME	N	Graduação	N	1	S	N	N
19	Maria	Proprietário	máquina para escritório	6	17	75.000,00	Abr./1991	EPP	N	Graduação	N	1	S	S	S
20	Ricardo	Gerente geral	produtos de metal	12	5	35.000,00	Mar./2001	ME	N	graduação	S	1	S	N	N

(A) Nome do Gestor

(B) Segmento de atividade.

(C) Quantidade de Funcionários

(D) Tempo na Função

(E) Média bruta de faturamento mês.

(F) Data de fundação

(G) Classificação das Empresas segundo faturamento

ME – Microempresa

EPP – Empresa de Pequeno Porte.

(H) Certificação de RSC. (S) sim (N) não

(I) Grau de formação do gestor

(J) Convênio médico (S) sim (N) não

(K) Turnos de trabalho

(L) Horas extra é prática comum na empresa?

(M) Tem planos de cargos e salários?

(N) Tem algum plano de treinamento contínuo?

Fonte: Elaboração própria

O quadro 1 traz os dados relativos aos entrevistados e das MPEs em que trabalham. Percebe-se que a maioria dos entrevistados são proprietários e os demais ocupam o cargo de gerente, têm como formação a graduação universitária e estão na função de administração há mais de cinco anos. As empresas, em sua maioria, estão classificadas como EPP, tomando como base o faturamento bruto.

Os benefícios que as empresas, oferecem aos seus funcionários com exceção dos salários e direitos trabalhistas, são os benefícios de convênio médico. Entre as empresas entrevistadas apenas as do segmento 'alimentícios e bebidas' disponibilizam o convênio médico; e neste segmento apenas a ME não o fornece.

Quanto ao plano de cargos e salários todos os entrevistados do setor 'máquinas para escritório' tem um plano de cargo e salário definido, e da mesma forma a maioria das EPP do segmento 'alimentícios e bebidas' e do setor 'produtos de metal'. Das microempresas entrevistadas apenas uma do segmento máquinas para escritório tem um plano de cargo e salário, a qual pelo seu faturamento está no limite para ser classificada como uma EPP. No que diz respeito a um plano de treinamento contínuo, apenas seis das empresas entrevistadas o praticam, e destas todas são EPP.

O quadro demonstra também que todas as empresas praticam atualmente horas produtivas extras, e entre as entrevistadas metade delas trabalham com o segundo turno sendo destas a maioria EPP.

5.1 A Visão dos Administradores sobre a Responsabilidade Social e Filantropia

Ao entrevistar os administradores das MPEs sobre o que eles entendiam sobre RS percebeu-se que os entrevistados em sua maioria, independente do segmento da Indústria ao qual participam, acreditam que a RS é ajudar as pessoas mais necessitadas, o semelhante às comunidades, a igreja, o bairro e muitas vezes as entidades sem fins lucrativos conforme se observar em algumas entrevistas:

[...] Responsabilidade Social é poder ajudar o meu próximo, ter a obrigação de tentar diminuir as diferenças sociais, colaborando com valores em dinheiro com

entidades que trabalham com as pessoas pobres, crianças órfãs, idosas. [...] também ajudar minha Igreja (MARCOS, EMPRESA 01, PRODUTOS DE METAL).

[...] Responsabilidade Social é ser útil à comunidade em que moro, é quando você tem um compromisso com a sociedade (OSMAR, EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL).

Responsabilidade Social são os trabalhos junto à sociedade, à comunidade, para buscar diminuir as diferenças sociais [...] (ALFREDO, EMPRESA 6, ALIMENTÍCIO)

[...] ação para ajudar o meu próximo, ajudar as entidades, a igreja, enfim a comunidade onde moro ou tenho minha empresa (MARIA, 19, MAQUINAS DE ESCRITÓRIO).

Entre alguns entrevistados, como Henrique (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL) e Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTO DE METAL) há certa evasão em classificar o que é realmente a RS, demonstrando, muitas vezes, imprecisão e incerteza.

Para mim o que é Responsabilidade Social? – bem, é fazer, hum... Ajudar a comunidade sempre que possível, ser justo com os meus funcionários, pagar os impostos certo, recolher o que é de direito do funcionário. Sei lá, (...). Acho que deve ser ajudar as entidades que ajudam as pessoas mais pobres (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL).

Responsabilidade social..., acho que é fazer alguma coisa para o bairro, para as pessoas carentes. Enfim acho que deve ser isto, não sei se é realmente isto (EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL).

Na entrevista com Valdemar (EMPRESA 07, PRODUTO DE METAL), o administrador, no início, não soube definir o que é Responsabilidade Social, como pode se observar em sua resposta: “Não sei responder corretamente, me parece difícil”. Mas este mesmo entrevistado, quando foi novamente questionado sobre RS, e perguntado a ele “[...] o que é ser responsável socialmente?” (pesquisador), respondeu que era a colaboração com a comunidade e trabalhar dentro das normas e regras.

Os entrevistados disseram também que a RS é pagar todos seus impostos em dia, recolher os direitos de seus funcionários, tratá-los com dignidade e respeito, dar emprego. Observa-se novamente que o pensamento sobre o tema não depende do seguimento atuante da empresa, como podemos ver na entrevista com Osmar (EMPRESA 02, PRODUTO DE METAL), do segmento fabricação de produtos de metal onde ele coloca que RSC “[...] é pagar os impostos dos meus funcionários em dia, recolher os impostos do governo, é não sonegar, cumprir com minhas obrigações trabalhistas também”.

Encontra-se também respostas semelhantes no segmento de fabricação de máquinas para escritório, equipamentos de informática e papelaria onde o administrador disse que RSC é “pagar meus impostos corretamente, ajudar os mais necessitados, manter as minhas ações trabalhistas em dia e em ordem e não sonegar” (NUBIA, EMPRESA 12, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO). E no segmento Alimentício onde o administrador Gabriel (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) coloca que a RSC é “[...] também pagar os impostos, meus funcionários em dia, enfim é por aí.”

As entrevistas apresentam que os administradores em sua maioria têm a percepção de que os recolhimentos dos tributos e o pagamento dos direitos de seus colaboradores são práticas de Responsabilidade Social Corporativa. Mas há também aqueles que completam suas respostas dizendo que a RSC é ajudar a “comunidade” (MARCOS, EMPRESA 01, PRODUTO DE METAL), “é também ajudar os familiares dos meus colaboradores” (GUSTAVO, EMPRESA 05, ALIMENTÍCIO E BEBIDAS). Um dos administradores vai além dizendo que “é não poluir o meio ambiente” (GABRIEL, EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) e o cuidado “[...] com o trabalho, limpeza e saúde [...] (ANTONIO, EMPRESA 15, PRODUTOS DE METAL).

Verificou-se também em duas entrevistas nos quais administradores declaram que a obrigação da prática de RS é do governo e não da empresa como podemos perceber na resposta de um dos administradores: “a empresa foi criada por mim e pelo meu sócio, foi para sustentar nossas famílias, e o dinheiro quase não sobra. Desta forma como eu vou ajudar outros? E outra, já pago meus impostos, então o governo é que deve se preocupar com isto” (ANGELO, EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL). O administrador Marcos (EMPRESA 01, PRODUTOS DE METAL) acredita também que não é obrigação da sua empresa fazer RS, mas busca praticá-la, por entender que estas ações contribuam para a motivação de seus empregados.

Quanto à Filantropia, a pesquisa mostra que os entrevistados não têm um conhecimento muito claro sobre o tema, observa-se isto nos discursos estudados onde estes declaram esta situação. Porém, a maioria acredita que a filantropia seja as Instituições sem fins lucrativos, igreja, e outras, O entrevistado Antonio (EMPRESA 15, PRODUTOS DE METAL) é um exemplo quando responde: “não domino conhecimentos sobre o assunto”. Da mesma maneira o

Ayslan (EMPRESA 16, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) que disse “eu não sei te dizer o que é não”.

Nas entrevistas alguns administradores disseram que praticam RS, no entanto, declaram em seu discurso práticas de ações de filantropia (doações) como sendo RSC. Podemos observar esta situação na fala do administrador Marcos:

Responsabilidade Social é poder ajudar o meu próximo, ter a obrigação de tentar diminuir as diferenças sociais, colaborando com valores em dinheiro com entidades que trabalham com as pessoas pobres, crianças órfãs, idosas. Bom com estas instituições compreende? Ah sim, também, ajudar as igrejas da minha comunidade (EMPRESA 01, PRODUTOS DE METAL).

Esta situação também é encontrada na entrevista com Henrique (EMPRESA 04, PRODUTO DE METAL) quando questionado sobre RS respondeu: “[...] Acho que deve ser ajudar as entidades que ajudam as pessoas mais pobres.”

Fica claro na entrevista com o administrador Gabriel (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) que ao ser questionado disse que eram as “entidades que pedem as coisas” e quando solicitado a explicar, respondeu que deveria ser as entidades como APAE, o GPACI, entidades que cuidam dos cegos, enfim as quais solicitam contribuições por telefone. A entrevistada Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) reforça esta idéia dizendo: “[...] acho que é estas instituições como a APAE, Casa André Luiz, AACD, acho que é estas instituições.”

Na entrevista com o administrador Osmar (EMPRESA 02, PRODUTO DE METAL) percebe-se um entendimento mais claro que os demais sobre a filantropia onde este esclarece que filantropia para ele é “fazer ações localizadas junto com as instituições sem fins lucrativos, como por exemplo: Casa do menor, Casa dos Velhinhos, GPACI entre outras.” Ele declara que não tem o compromisso de elaborar ou controlar as ações. Esta mesma visão é observada nas entrevistas com Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO), para ele a filantropia é: “[...] a ação que eu executo ajudando com dinheiro as entidades não governamentais, como creches, pastorais, ONGs e outras, ou seja, entidades sem fins lucrativos”. E Simone (EMPRESA 03, PRODUTO DE METAL) declara que filantropia é “ajudar as pessoas através de doações esporádicas, sem muita frequência, este mês eu ajudo, no outro não, é meio que solto. Não tenho a obrigação de contribuir”.

A pesquisa mostra administrador como o Valdemar (EMPRESA 07, PRODUTO DE METAL) que declarou nunca ter escutado o termo filantropia, porém dentre todos os entrevistados é o único a ter como formação o ensino fundamental básico.

Durante as entrevistas as instituições como o GPACI, APAE e Igrejas aparecem com maior frequência. Sem querer formar juízo de valor, isso demonstra uma maior participação destas instituições junto aos micro e pequenos empresários do município de Sorocaba.

5.2 Práticas de ações de Responsabilidade Social das Micro e Pequenas Empresas

Ao questionar os entrevistados se suas empresas praticavam RS, levantou-se que não existe uma visão muito clara entre a ação de RS e uma ação filantrópica para a maioria dos administradores. Observa-se nos trechos das entrevistas esta condição, quando o entrevistado Henrique (EMPRESA 04, PRODUTO DE METAL) diz: – “acho que sim, afinal de contas eu recolho os impostos em dia, sempre estou ajudando a comunidade, quando posso ajudo a igreja [...], faço doações a GPACI e outras entidades, sou justo com meus funcionários, [...] isto para mim é ser responsável.” Nesta fala do administrador existe uma miscelânea de idéias a respeito da responsabilidade social, um tanto evasivo ao iniciar seu discurso com a palavra “acho”.

Observa-se no discurso dos entrevistados a predominância do vocabulário: acho. Flexionado a partir do seu infinitivo achar é um verbo que se encontra na 1ª pessoa do singular e, dentre os seus diferentes significados, de acordo com os sentidos que evoca, está mais próximo dos seguintes: considerar, julgar, supor. (ORLANDI, 1992, p. 320). Desta forma na entrevista do administrador Henrique (EMPRESA 04, PRODUTO DE METAL) a palavra ‘acho’ remete a apenas dois sentidos que é o de suposição, incerteza. Não só é observado este fato na entrevista com Henrique, como também nas demais durante a pesquisa, onde a fala dos entrevistados dão um sentido de opinião e eles expressam pouca segurança para falar de tal assunto.

Há ainda a entrevista com a administradora Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO), na qual declara praticar RS com a geração do 1º emprego, treinando os funcionários para o mercado de trabalho e fazendo doações para as entidades do bairro, e

contribuindo para a escola da sua comunidade. Igualmente a administradora Núbia (EMPRESA 12, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) que disse: – “Pratica sim, com certeza! Afinal de conta é uma obrigação nossa recolher impostos em dia, ajudar a comunidade. Ah! Eu ajudo a igreja também, e só.”

Nas entrevistas com Henrique, Cristina e Núbia pode-se observar ações isoladas, e pontuais não tendo planejamento e controle em sua execução. Eles declaram praticar RS, no entanto, citam ações de filantropia ao dizerem que ajudam entidades sem fins lucrativos, igrejas, escola; ao mesmo tempo dizem serem justos com seus colaboradores e terem a obrigação de pagar impostos. Nestas falas aparece novamente imprecisão quanto à diferença de ações de responsabilidade social e filantropia por parte do entrevistados.

Há aqueles entrevistados que tem um conhecimento mais preciso a respeito da RSC, ao observar a resposta de Gustavo (EMPRESA 05, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS).

Sim, e inclusive nos dois aspectos que lhe citei. Nós temos um trabalho social com nossos funcionários, onde buscamos ajudá-los sempre que eles precisam. No caso de saúde familiar nós acompanhamos de perto para que nada falte a eles.

[...] para a comunidade, nós buscamos ajudar de maneira filantrópica, através de doações financeiras, a igreja e entidades assistenciais.

Percebe-se nesta entrevista com o Gustavo que este tem um conhecimento mais claro referente ao tema pesquisado. Consegue definir uma ação de RSC e ações de filantropia. Da mesma forma com entrevistado Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO).

Sim, desenvolvo nas duas áreas: interna, com os funcionários onde buscamos deixar tudo em dia, recolhendo os impostos destes em dia, pagamento enfim deixando um ambiente de trabalho harmonioso, tratando eles com dignidade. E também na sociedade com parcerias com algumas entidades[...]

No discurso de Eduardo evidencia-se que ele tem uma visão conceitual de responsabilidade social mais ampla trazendo em sua fala ações RS interna e externa.

O entrevistado Valdemar (EMPRESA 07, PRODUTOS DE METAL) afirma que não pratica RS e que também nunca foi cobrado por seus clientes para praticar.

Na entrevista com Antônio (EMPRESA 15, PRODUTOS DE METAL) encontra-se a afirmação de que sua empresa pratica RS apenas para seus funcionários, dando como exemplo “conscientizar os funcionários com prevenções de saúde, com limpeza e com ambiente de trabalho”, mas ao ser perguntado se oferecia algum benefício aos funcionários disse que “não” no qual o único benefício seria um “bom ambiente de trabalho”. Demonstra assim que o mesmo tem uma visão limitada sobre a RS dentro de uma organização, mas é necessário lembrar que este anteriormente tinha dito que não dominava o assunto.

A entrevistada Simone (EMPRESA 03, PRODUTOS DE METAL) gostaria de realizar mais ações para a comunidade, só que falta dinheiro para investimento. Ela demonstra na entrevista o interesse de contribuir com mais frequência, mas argumenta estar limitada ao fator financeiro de sua empresa.

Para o administrador Gomes (EMPRESA 17, PRODUTOS DE METAL) ele pratica RS ao pagar os impostos e seus funcionários em dia; para ele o fato de realizar obrigações legais já é o suficiente.

Os dados levantados apresentam que há uma grande quantidade de ações filantrópicas realizadas pelos administradores das MPES do setor industrial, no entanto, não aparecem relatos de projetos internos e externos acompanhados em sua íntegra para se caracterizar como ações de RCS.

5.2.1 Os tipos de ações sociais que as MPES desenvolvem na comunidade e sua frequência

Nas entrevistas onde os administradores ao serem questionados sobre quais ações de RS eles praticam na sociedade, e qual sua frequência, descobriu-se que existe uma grande predominância de ações ligadas as instituições de Filantropia, religiosas e associações de bairro, em sua maioria com valores monetários. No entanto, durante as entrevistas sobre a visão dos entrevistados sobre a RS e filantropia, o nome das entidades mais citadas pelos administradores foram o GPACI e os templos religiosos; e a frequência das doações a essas instituições são, em sua maioria, mensais.

Confirma-se esta situação ao observar as entrevistas com os administradores Marcos (EMPRESA 01, PRODUTO DE METAL) e André (EMPRESA 14, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) que disseram ajudar templos religiosos e a instituição do GPACI. Assim como eles, os entrevistados Osmar (EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL), Simone (EMPRESA 03, PRODUTO DE METAL), Henrique (EMPRESA 04, PRODUTO DE METAL), Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTO DE METAL) e Ricardo (EMPRESA 20, PRODUTO DE METAL) declaram que, além de templo religiosos, ajudam outras instituições.

O entrevistado Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTO DE METAL) em seu discurso disse:

[...] nós buscamos ajudar a comunidade de várias maneiras [...], colaborando com o GPACI, a Casa dos Velhinhos e AACD constantemente. Ajudamos também a Igreja do Bairro[...].

[...] auxiliando a festa que a comunidade faz, por exemplo, a escola e creche.

Alfredo apresenta várias ações realizadas por sua empresa na comunidade buscando prestigiar várias instituições e não apenas uma. Da mesma forma observamos esta posição no comentário de Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS DE ESCRITÓRIO):

Ajudo as pessoas que necessitam na comunidade, colaboro com a igreja, também trabalhamos com associação aqui nos eventos que eles realizam aqui no bairro. Tem também as instituições que eu ajudo como o Hospital do Câncer, e o orfanato.

Da mesma forma encontram-se os discursos de Gustavo (EMPRESA 05, ALIMENTICIO E BEBIDAS), GABREL (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) e Cristina (MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) onde afirmam que além do templo religioso, eles contribuem com entidades assistenciais; no entanto, não dizem quais são.

O administrador Valdemar (EMPRESA 07, PRODUTOS DE METAL) declarou que apesar de não fazer nenhuma ação social pela empresa, ele contribui com doações financeiras em seu nome para igreja, entidades assistenciais e pessoas necessitadas. Já o administrador Antônio (EMPRESA 15, PRODUTOS DE METAL) afirma que ele não realiza ações de responsabilidades sociais na comunidade, mas gostaria de no futuro realizar. Antônio mostra que apesar de não praticar RS ele tem uma grande vontade de no futuro ajudar de forma efetiva a sociedade.

Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL) ao ser questionado como a empresa praticava RS na comunidade respondeu: – “Olha quando sobra o que é muito difícil, a gente pode até ajudar, mas nós não vamos atrás, se alguém vem me pedir ai a gente ajuda. É como eu te disse não que seja de minha responsabilidade ajudar”. Neste trecho da conversa com administrador Ângelo percebe-se uma falta de interesse por parte dele de praticar ações sociais, no entanto, se deixa à disposição para ajudar com doações quando solicitado.

No questionamento a respeito da frequência com que as MPÉs praticam ações de responsabilidade social na comunidade percebeu-se que ocorrem segundo a maioria dos entrevistados ações de filantropia através de doações mensais, com exceções dos depoimentos de Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) que declara realizar em média a cada três meses; e Gomes (EMPRESA 17, PRODUTOS DE METAL) o qual disse ser raro ajudar, e somente realiza ações de RS quando é procurado.

5.2.2 Os administradores da MPÉs motivam seus funcionários a realizarem ações sociais

Questionando os administradores de MPÉs do setor industrial referente a motivação de seus funcionários, levantou-se que a maioria deles não motivam seus colaboradores internos. Os argumentos foram os mais variados como podemos perceber na entrevista com o entrevistado Osmar (EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL) onde ele disse: “[...] eu não converso com eles a respeito disso. Faço a minha parte e pronto, [...] vou dizer mais, de funcionário é bom ficar um pouco distante para eles não confundirem, achar que o fato de estar ajudando dá direito a fazer ‘corpo mole’.” A expressão ‘faço a minha parte’ também é encontrada na fala do administrador Gabriel (EMPRESA10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) ao responder: “ – Não, nunca pensei em motivá-los não, até porque eu particularmente faço a minha parte, e acho que cada um deve fazer a sua, mas não sou eu que vou falar isso a eles.”

Segundo o administrador Henrique (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL) ele não motiva seus funcionários por acreditar que não é sua obrigação fazer isso, e que cada um deve realizar o que acreditar ser melhor.

Tanto na entrevista de Gabriel quanto a de Henrique percebe-se a forte afirmação de que cada pessoa deva ser responsável em realizar alguma ação de responsabilidade social, e que a motivação deva ser individual. Percebe-se, no entanto, na fala de Osmar (EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL) certo distanciamento entre o patrão e o funcionário, da mesma forma que pode ser visto no diálogo de Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) onde ela não motiva seus funcionários, pelo fato de seu contato com os mesmos ser superficial, e até porque o seu pessoal trabalha em sua empresa para ganhar dinheiro para comer, e fica difícil pedir para eles ajudarem, se eles mesmos não estão conseguindo se manter.

O entrevistado Gomes (EMPRESA 17, PRODUTOS DE METAL) é diferente porque segundo ele, não motiva seus funcionários por não conseguir motivar-se a si mesmo. E Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL) disse que não saberia como motivar alguém a fazer ações sociais.

Para o administrador André (EMPRESA 14, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS), a motivação “deve partir do próprio funcionário e não porque o chefe está mandando.” Nestas entrevistas percebe-se que cada entrevistado tem suas dificuldades quanto ao tema motivação, seguindo parâmetros individuais e pessoais.

Os administradores das empresas 01, 03, 05, 07, 11, 19 e 20 disseram que falam e convidam seus funcionários a participarem das ações que realizam, mas defendem que isto não pode ser considerado como motivação.

A pesquisa apresenta a existência de administradores que dizem incentivar os seus empregados a participarem de ações sociais. Percebe-se esta declaração na entrevista com Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIOS): “- Sim motivamos, nós temos a visão, e até quando vamos admitir um novo funcionário nós damos preferência para o primeiro emprego, e também para aqueles que têm o potencial de estar trabalhando em alguma obra social [...]”. Mas o entrevistado não deixa claro como ele motiva seus funcionários; em sua fala deixa uma impressão de que procura contratar pessoas com motivação para ações de RS. Pode-se encontrar a entrevistada Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) onde igualmente declara motivar seus funcionários dizendo ‘pegar’ pessoas “que trabalham nesse tipo de coisa”. Eduardo e Cristina procuram

contratar pessoas que já trabalham com ações sociais na comunidade e que gostam de praticá-las, proporcionando maior facilidade de comunicação e de motivação dos mesmos.

5.2.3 Como os administradores das MPEs praticam suas ações de Responsabilidade Social na comunidade

A pesquisa de campo aborda de que forma os administradores das MPEs praticam suas ações de responsabilidade social na comunidade, se a prática ocorre com parcerias de outras instituições ou sozinhas.

Na maioria das entrevistas obteve-se a resposta de que os administradores realizam em parcerias suas ações de Filantropia, como pode ser observado no discurso dos entrevistados das empresas 01, 02, 03, 04, 08, 11, 13,19 e 20. Onde os administradores Marcos (EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL) e Osmar (EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL), disseram que suas ações acontecem com parcerias, principalmente de templos religiosos e entidades filantrópicas com o GPACI. E da mesma forma Simone (EMPRESAS 03, PRODUTOS DE METAL) que além dos templos trabalha em parcerias com os sindicatos, associações e várias instituições. Esta, no entanto, disse que também realiza ações sozinhas sem as parcerias, mas isto ocorre em raras ocasiões. Na mesma situação encontra-se o entrevistado Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTOS DE METAL) que para ele é muito raro realizar ações de RS sozinho, mas que isto ocorre.

Porém a entrevistada Núbia (EMPRESA 12, MÁQUINAS DE ESCRITÓRIO) declara realizar ações sozinhas, mas quando as atividades são de valores monetários de alto custos ela busca, sim, parceiros.

Quanto ao entrevistado Gabriel (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS), em seu discurso afirma realizar ações sozinhas, mas sua fala demonstra contradição, tendo em vista que anteriormente respondeu ajudar as entidades quando é procurado para fazer doações.

A entrevistada Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) ela declara em seu discurso:

Normalmente quando eu faço é sozinha, eu não gosto de fazer cortesias com chapéu alheio. Então eu sou o tipo de pessoa que faz e mostra, entendeu! Eu ajudo quando é assim, tem muita coisa que a empresa faz que 95% das pessoas não sabem, mas é uma coisa minha, eu não gosto de fazer alarmismo daquilo que eu faço.

Mas Sonia, ao ser questionada novamente se realizava ações com terceiros, respondeu que participava colaborando com a festa da igreja e com a entidade chamada de Toca de Assis da Igreja Católica com doações de produtos e para outras entidades que venham lhe pedir ajuda. Da mesma forma que o administrador Gabriel, a entrevistada Sonia demonstra contradição em suas respostas, percebe-se porém em sua fala que as ações estão sempre relacionadas a uma terceira parte, mesmo quando ela declara fazer sozinha, por que faz suas doações a entidades e a outros grupos que realizam os projetos, e estes não são idealizados por sua empresa.

Com a pesquisa, nota-se que há aqueles administradores que sempre realizaram ações com parcerias, como é o caso da entrevistada Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) e de Ricardo (EMPRESA 20, PRODUTOS DE METAL).

O administrador Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) disse praticar RS junto com a obra Kolping na qual é uma instituição sem fins lucrativos da comunidade local e, com as associações de empresários do bairro, outras entidades e com as escolas através da parcerias do primeiro emprego, ação última que é realizada também pela entrevistada Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO). Observa no entanto, ao contrário dos demais o entrevistado Gomes (EMPRESA 17, PRODUTOS DE METAL) que declara não praticar responsabilidade social na comunidade.

A maioria dos administradores declaram realizar ações de responsabilidade social na comunidade em parcerias, mas o que se evidencia, é que estas ações são filantrópicas, acontecem por meio de doações financeiras pontuais e não de trabalhos compartilhados ou projetos pré elaborados.

5.2.4 Há participação conjunta entre MPEs e seus fornecedores e clientes na prática de RS

A pesquisa mostra que a maioria dos entrevistados não realizam ações de responsabilidade social ou filantropia em companhia de seus fornecedores ou clientes, mas há outros administradores, em pequena quantidade, que às vezes o fazem, mas isto só ocorre por intermédio de uma aproximação de amizade com seus clientes e fornecedores.

Os levantamentos dos dados mostram que as empresas 02, 04, 05, 07, 09, 11, 14 e 15, não realizam ações de RS com seus fornecedores e nem com seus clientes. Dentre estes os entrevistados das empresas 02, 04, e 07 dizem não terem pensado em convidar seus fornecedores a participarem de ações sociais que eles praticam, onde reforça Henrique (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL) ter um “relacionamento mais de negócio” com seus fornecedores e com isso “raramente” fala sobre RS com eles. Quanto aos clientes, os mesmos administradores acreditam ser complicado convidá-los a participarem com eles. Para Ayslan (EMPRESA, 16 ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) é “meio chato de ficar pedindo” aos fornecedores para ajudar e quanto aos “clientes nem pensar.” E o entrevistado Gustavo (EMPRESA 05, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) acredita que os fornecedores devem ter a iniciativa própria de ajudar nas ações sociais, e não depender dos outros para o fazerem, sendo por causa desta visão que nunca buscou parcerias nem com fornecedores e nem com clientes.

Nas entrevistas com os administradores das empresas 02, 04, 05, 07 e 16 percebeu-se certa distância ou receio de buscar a parceria para ações de RS com fornecedores e clientes, como se isto de certa forma fosse prejudicar o relacionamento entre as partes. Quanto à entrevista com o administrador da empresa 05, fica evidenciado certo comodismo por parte deste ao afirmar que é o fornecedor que deve ter a iniciativa, Dentre as empresas estudadas a Empresa 05 é a que maior faturamento mensal arrecada.

Para a entrevistada Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) o fato de ela ter uma empresa pequena e seus fornecedores grandes organizações, dão preferência para realizarem parcerias de ações sociais com grandes clientes, os quais têm mais potencial econômico. A mesma idéia tem a administradora Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO), que declara ser difícil com ajuda de seus fornecedores pelo fato dos mesmos serem grandes empresas e a solicitação de apoio teria que ocorrer com muita antecedência, o

que fica complicado para ela. A entrevistada reforça com esta fala a idéia de que as MPES em sua maioria não planeja suas ações com antecedência, o faz através do imediatismo e do assistencialismo.

Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL), reafirma as suas colocações anteriores em outros questionamentos sobre sua prática de RS, onde não realiza nem sozinho nem com seus fornecedores, ajudando apenas quando solicitado por alguma instituição.

Entre os entrevistados encontra-se aquele que às vezes participam de ações em parceria com seus fornecedores como é o caso dos administradores das empresas 01, 03, 06 e 13 conforme pode ser observado em seus discursos:

Às vezes somos convidados por fornecedores para ajudar em algumas ações deles, quando possível ajudo com algum dinheiro, ou prendas[...] (MARCOS, EMPRESA 01, PRODUTOS DE METAL).

Com meus fornecedores? Às vezes sim, quando necessito de valores mais expressivos busco parcerias com eles sim. Não só o meu fornecedor é convidado, como os meus clientes, no qual tenho mais amizade também. (SIMONE, EMPRESA03, PRODUTOS DE METAL).

Olha às vezes peço ajuda sim, principalmente quando é alguma coisa que o custo vai se elevar, mas aí é para os mais próximos (ALFREDO, EMPRESA 06, PRODUTOS DE METAL).

Não há uma sistemática quando existe uma necessidade no caso igual à pintura na escola nós procuramos fazer a parceria com os fornecedores [...] (EDUARDO, EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO).

Da mesma forma Simone (EMPRESA 03, PRODUTOS DE METAL) busca seus fornecedores para ajudar onde os valores financeiros são expressivos. Assim também a administradora Núbia (EMPRESA 12, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) age : “quando há um evento de nível um pouco maior acabo solicitando o apoio de alguns fornecedores para estar contribuindo com o evento”.

Os entrevistados das empresas 03, 06 e 13, dizem participar de algumas ações de responsabilidade social com seus clientes. No entanto, é preciso frisar que os gestores citados buscam a parceria com seus fornecedores sempre que os custos dos eventos são elevados para as mesmas realizarem sozinhas.

Administradores como Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTOS DE METAL) e Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) só participam quando são procurados por seus clientes.

Os administradores Arnaldo (EMPRESA 08, PRODUTOS DE METAL) e Gabriel (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) declaram não praticarem ações em parcerias com seus fornecedores, mas com seus clientes sempre que possível buscam participar dos eventos, normalmente com valores monetários ou produtos.

E a entrevistada Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) disse que é difícil fazer parcerias com seus fornecedores porque em sua visão as empresas grandes tem o interesse apenas de vender, e não estão preocupadas com a realização de ações de responsabilidade social, apesar delas fazerem muita propaganda sobre o assunto. Para Cristina o discurso das grandes empresas na prática de RSC é mais publicitário do que efetivo realmente.

5.2.5 O acompanhamento da MPEs em projetos/ ou ações sociais

Segundo os entrevistados das empresas 03, 09, 11, 13, 14 e 19, eles buscam acompanhar as ações ou projetos que são realizados com suas parcerias. A administradora Simone (EMPRESA 03, PRODUTOS DE METAL) declara que sempre que possível ela gosta de saber o que estão realizando os grupos os quais ajuda, mas é muito difícil para ela acompanhar os resultados por falta de tempo livre, e quando “sobra um tempinho” ela vai atrás para saber o que estão fazendo com o seu dinheiro, mas quando as ações são realizadas pela sua empresa, ela acompanha tudo de perto.

O entrevistado André (EMPRESA 14, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) se informa sobre as entidades que auxilia, para ver se o dinheiro não está sendo desviado, e também procura não ajudar as instituições que fazem o telemarketing pelo fato do dinheiro doado não ser repassado totalmente às entidades. O mesmo declara que atualmente ajuda apenas o GPACI, pelo fato de saber o que realmente fazem com seu dinheiro.

No caso da entrevistada Núbia (EMPRESA 12, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) ela acompanha quando o projeto ou ação é realizado pela associação o qual é membro, no caso de outras instituições ela não faz acompanhamento, por não ter tempo para acompanhar todas as coisas, uma vez que faz trabalhos para comunidade, e afirma também que não dá fazer “muita coisa e acabar fazendo o serviço bem feito”.

Em todos os discursos dos entrevistados da empresa 03, 12 e 14 aparece a preocupação de como o dinheiro é utilizado, e que os mesmos não acompanham, integralmente, os projetos dos parceiros pelo motivo de não ter tempo para fazê-lo, mas que sempre que possível buscam verificar o andamento.

A administradora Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) procura acompanhar toda vez que pode, porque gosta de participar e ver os eventos e com isto ela “vê onde sua contribuição está indo.” Quanto à Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) ela procura fazer um acompanhamento de perto pelo fato de participar ativamente do projeto, onde disponibiliza o transporte da empresa para a atividade. Neste caso ela se refere a equipe de futebol infantil que ela patrocina, mas este projeto é de realização de um parceiro.

Observa-se na entrevista com Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) uma maior preocupação no acompanhamento das ações de responsabilidade social que o mesmo participa, como pode ser visto no seu discurso:

Sim, nós procuramos fazer isso, não é interessante o beneficiante ficar distante do beneficiado e não acompanhar os projetos que esta sendo realizado.

No caso que eu te falei da escola e a obra social da comunidade Kolping, nós procuramos saber sim se ela esta beneficiando a comunidade.

Mas há aqueles que não acompanham as ações que são realizadas pelas entidades os quais ajudam, como os entrevistados da empresa 01, 02, 16, 20 que não acompanham, com o argumento de não terem tempo, mas acreditam que suas doações estão sendo bem utilizadas. Segundo Henrique (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL) ele não acompanha por não ter tempo e, pouca paciência para esta ação de controle. Contanto Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTOS DE METAL) declara: “- o maior problema, acho que de todos é o tempo, ele é muito curto! Então fica difícil” para acompanhar integralmente os projetos e ou ações sociais.

Novamente o fator tempo é um dos maiores entraves para o acompanhamento dos administradores entrevistados. No entanto, é importante frisar que estes não deixam de fazer suas doações acreditando que estas estão sendo bem administradas.

O administrador Gomes (EMPRESA 17, PRODUTOS DE METAL) não acompanha as ações por dar ajudas esporádicas, e por não se motivar para realizar estas atividades. Estes auxílios esporádicos também são realizados pelo entrevistado Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL) que da mesma forma não acompanha os projetos com os quais colabora. Quanto ao administrador Gustavo (EMPRESA 05, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) ele não acompanha, argumentando que não tem “tempo e nem conhecimento para fiscalizar”

E por fim o entrevistado Valdemar (EMPRESA07, PRODUTOS DE METAL) declara fazer doações a instituições filantrópicas e não realizar ações sociais, ele não acompanha e nem visita as instituições por não ter tempo, mas como citado anteriormente este faz contribuições por sua parte e não com o nome da empresa.

5.3 Como os Clientes Percebem as Ações Sociais que as MPES Realizam

Os dados levantados frente aos entrevistados das MPEs de como os seus clientes percebem as ações de RS que elas executam, trazem a informação de que a maioria dos administradores não conseguem ter uma percepção muito clara sobre o assunto. Constata-se que não existe um controle sobre as ações de responsabilidade social, e mesmo sendo ações isoladas de filantrópicas a maioria dos entrevistados declara não divulgar tais ajudas para seus fornecedores e nem para seus clientes.

Nas entrevistas com os administradores das empresas 01, 02, 03, 04, 05, 10, e 14 se observa o discurso de que eles não sabem se os seus clientes percebem as práticas de RS executadas pelas suas empresas, onde Marcos (EMPRESA 01, PRODUTOS DE METAL) afirma nunca ter observado esta questão, declarando não divulgar as ações que realiza. Esta mesma visão tem a administradora Simone (EMPRESA 03, PRODUTOS DE METAL) e Henrique (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL) que disseram se os seus clientes percebem as suas ações, nunca falaram.

O entrevistado Gabriel (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) declara não saber responder se seus clientes percebem suas ações sociais, mas ele acredita que “os amigos que são clientes” no qual ele colabora em parceria nas ações dão preferência para comprar com ele sim. Sem querer formar juízo de valor, a entrevista com Gabriel mostra que ações sociais tendem a proporcionar um melhor relacionamento, como pode ser observado também no discurso da Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) onde declara: “– A imagem da empresa é vista com bons olhos pelos clientes, alguns já chegaram até a comentar e nos parabenizar pela nossa atitude. Então acredito que isso seja um diferencial, mas não posso confirmar”. E o entrevistado Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) que tem a mesma crença quanto à imagem da empresa declarando que “as ações sociais acabam se tornando a imagem da empresa”.

Para o administrador Arnaldo (EMPRESA 08, PRODUTOS DE METAL) seus clientes vêm positivamente estas ações, acreditando trazer uma imagem positiva à empresa, e que a comunicação com seus clientes passa a ser mais próxima.

Os entrevistados das empresas 08, 09, 11, 12 e 19 acreditam que de certa forma as ações de RS trazem benefícios positivos ao relacionamento com seus clientes e à divulgação da marca.

Nas entrevistas com Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTOS DE METAL) e Ricardo (EMPRESA 20, PRODUTOS DE METAL) levantou-se também que não há divulgação das ações de RS. Alfredo disse não saber responder se/e como seus clientes percebem as ações tendo em vista que ele não as divulga. E Ricardo prefere ficar no anonimato. Neste mesmo discurso de anonimato encontra-se o entrevistado André (EMPRESA 14, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) no qual ele declara que chega a pedir “pelo amor de Deus, que não coloquem o nome da empresa, que deixem no anonimato”.

A administradora Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIO E BEBIDAS) não acredita que seus clientes percebam suas ações, porque eles não têm conhecimento das práticas sociais que a empresa pratica. Para a administradora as pessoas devem fazer cortesia com o “chapéu dos outros” e ela é o ‘chapéu’. Da mesma forma que a Sonia, André (EMPRESA 14, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) quer deixar claro que para ele é importante a ação ser

realizada e não o seu nome ser divulgado até porque ele faz as ações por um princípio religioso de ajuda ao próximo.

O entrevistado Gomes (EMPRESA 17, PRODUTOS DE METAL) declara que o fato de sua empresa realizar ações esporádicas, “e para instituições como igreja” elas não são percebidas pelos seus clientes. Para ele não há diferença alguma como seus clientes percebem suas ações, até porque ele não se preocupam com este fato.

Para o administrador Ayslan (EMPRESA 16, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) os clientes percebem de forma positiva. Onde suas ações de RS são divulgadas pelos moradores, que diretamente ou indiretamente estão ligados a seus clientes, e para ele estes comentários fazem com que a percepção de suas ações seja ampla.

5.4 Os Benefícios que a Responsabilidade Social traz para as Micro e Pequenas Empresas em uma visão dos Administradores das MPEs

Os dados levantados com os administradores das MPE sobre quais benefícios a prática de ações de responsabilidade social trazem para suas empresas, levam a evidenciar a existência de um forte impacto na motivação de seus funcionários, criando um ambiente tranquilo e de maior participação nos grupos de trabalho, mas há também aqueles que acreditam ao contrário, ou seja, que as ações de RS ou filantropia, melhor dizendo, não denotam nenhum impacto sobre suas organizações.

È necessário chamar atenção quanto ao fator motivação. Segundo alguns administradores, ao serem questionados anteriormente se motivavam seus funcionários a participarem das ações sociais, alguns disseram que não, outros que não sabiam como fazer; e outros ainda que conversam com seus funcionários sobre o assunto e, que os mesmos nem sempre se interessavam pelo assunto de RS.

Os entrevistados das empresas 1, 3, 5, 6, 10,12, 16 e 20 em seus discursos dizem que um dos principais benefícios que a prática de ações de responsabilidade proporciona está ligada à motivação de seus colaboradores internos. Segundo estes, o ambiente da empresa é influenciado diretamente, havendo uma maximização da produtividade proveniente de uma

melhora na harmonia entre seus funcionários, ambiente de trabalho agradável, maior união entre o pessoal da fábrica, ou seja, grande satisfação no trabalho. Nenhum dos administradores citados declaram ter controlado estas mudanças, seja de produtividade ou comportamento, deixando muito superficial suas análises trabalhando com suposições, tendo em vista que nas entrevistas as palavras mais observadas nos discursos foram “acho que” e “percebe-se”. Desta forma não há possibilidade de confirmar se a prática de ações de RS realmente afeta diretamente os colaboradores internos, até porque os dados levantados são insuficientes para esta afirmação.

O administrador Alfredo (EMPRESA 06, PRODUTOS DE METAL) se utiliza de um discurso diferente: “ – [...] o fato da harmonia dos grupos de trabalho, parece até brincadeira, mas da para ver a satisfação do pessoal, principalmente quando eles podem participar.” Ele também expressa um observação de atitude, sem poder comprovar a real mudança percebida. Os demais administradores não expressaram sua opinião de como as ações sociais realizadas por suas empresas afetam o seu pessoal interno.

A entrevista apresenta também que há administradores que não acreditam que as ações de responsabilidade social traga algum benefício, como pode ser observado no discurso do Osmar (EMPRESA 02, PRODUTOS DE METAL): “– [...] não acredito que traga algum benefício a ela [...]”; ou como da Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) que ao contrário de benefício, ela teve problemas ao patrocinar um time de futebol da comunidade no qual sua empresa está inserida. A pesquisa apresenta opiniões como a do Henrique (EMPRESA 04, PRODUTOS DE METAL) onde para ele é indiferente se as ações de RS vai trazer ou não benefícios, porque “isto não vai mudar a realidade da empresa”.

Percebe-se no discurso dos entrevistados das empresas 02, 04, 09, 17 e 18, certa descrença em relação a benefícios que a prática de ações de responsabilidade social, possa trazer, seja por já terem um resultado negativo em uma ajuda específica como a Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) ou também como Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTOS DE METAL) que disse:

Não tem nenhum benefício, até porque pratico algumas ações de vez em quando como te disse. E mesmo assim, também é igual, eu disse que não acredito que seja obrigação da empresa, e eu não acredito que quem faça ações deste jeito vá ter algum retorno financeiro.”

No discurso de Ângelo, fica claro que existe uma opinião contrária à prática de ações de responsabilidade social, e que as ações praticadas por este gestor ocorrem por sua satisfação e não pela empresa.

Para os entrevistados das empresas 01,04, 05, 06, 09 e 20, não há benefício algum para suas empresas quando se fala do retorno que estas poderiam ter em relação aos seus clientes. Segundo eles os clientes não percebem ou não ficam sabendo das práticas das ações de responsabilidade social que eles desenvolvem, isto quando desenvolvem.

O entrevistado Arnaldo (EMPRESA 08, PRODUTOS DE METAL) declara em seu discurso que as ações de responsabilidade social executadas por sua empresa leva uma imagem positiva a seus clientes e com isto uma melhora na comunicação e negociação, e que na hora da decisão para se fechar o pedido se torna um fator de decisão. Da mesma forma pensa a Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) onde declara: “– [...] as pessoas procuram comprar de quem ajuda o bairro, e outra coisa é o preço, se você tem o preço igual ao do concorrente com certeza vão comprar de nós [...]” e a Maria (EMPRESA 19, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) afirmando que “na hora de fechar o negócio ajuda bem esta posição” de ajudar a comunidade. Nos discursos percebe que os administradores tiveram retornos com as praticas das ações de filantropia que realizam, todos acreditam que o cliente tem uma visão positiva de suas ações privilegiando em uma decisão de compra aqueles que tem uma ação voltada à comunidade.

Para os administradores da empresa 08, 11 e 19, a prática de ações de RS tende a ser um fator importante na tomada da decisão de compra dos clientes, onde eles levam em conta além do preço, a preocupação com a sociedade por parte do fornecedor.

O entrevistado Antônio (EMPRESA 15, PRODUTOS DE METAL) mesmo não praticando ações de RS, ele acredita que se o fizer terá benefícios, uma vez que ao longo do tempo com suas ações divulgadas frente aos seus colaboradores internos e externos irá criar uma imagem positiva.

5.5 As Últimas Ações Desenvolvidas pelas Empresas

A pesquisa apresenta também que as últimas ações realizadas pelos entrevistados da MPES foram em sua maioria a favor de templos religiosos e instituições filantrópicas, com doações financeiras. E a frequência com que estas acontecem dependem do administrador, podendo ser mensais em alguns casos, e em outros meses.

Os entrevistados das empresas 01, 02, 03 dizem auxiliar a instituição GPACI, com doações mensais. Marcos (EMPRESA 01, PRODUTO DE METAL), e Simone (EMPRESA 03, PRODUTOS DE METAL) além do GPACI ajudam a sua comunidade frequentemente, e a última colaboração aconteceu em um evento realizado pela comunidade para comemorar a semana da Pátria, onde eles trabalharam na organização. O administrador Osmar (EMPRESA 02, PRODUTO DE METAL), por sua vez realizou sua última ajudando financeiramente na festa do dia das crianças realizada pelo templo religioso o qual frequenta.

Da mesma forma os entrevistados Henrique (EMPRESA 04, PRODUTO DE METAL), Alfredo (EMPRESA 06, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS), Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS), Ayslan (EMPRESA 16, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) e Ricardo (EMPRESA 20, PRODUTOS DE METAL) citam em seus discursos o apoio e participação de festas em comemoração ao dia das crianças como se percebe no trecho da conversa de um deles: “ – Bom, foi as doações mensais para entidades filantrópicas e a festa das crianças na igreja.”(ALFREDO, EMPRESA 06, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS).

Quanto ao administrador Marcos (EMPRESA 01, PRODUTO DE METAL) ele ajuda mensalmente as entidades filantrópicas, mas a última ajuda “foi em setembro na abertura da Semana da Pátria, no bairro”, na qual ele fez parte da comissão de organização. Os entrevistados Simone (EMPRESA 03, PRODUTOS DE METAL) e Arnaldo (EMPRESA 08, PRODUTO DE METAL) também citam a semana da Pátria como sendo o último evento em que participaram.

Diferente dos demais, o administrador Eduardo (EMPRESA 13, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO), desenvolve com as escolas um projeto que é permanente, onde tem parceria desde o ano de 1998, fornecendo materiais a escola com preços diferenciados. Um projeto mais amplo e consistente, conforme pode se observar em seu depoimento, e na visão do

administrador o que mais se aproxima da prática de ação de RSC entre os entrevistados uma vez que tem acompanhamento dos resultados.

Encontra-se também administradores como Gomes (EMPRESA 17, PRODUTO DE METAL), Ângelo (EMPRESA 18, PRODUTO DE METAL) e Gustavo (EMPRESA 05, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) onde suas doações aconteceram a mais de quatro meses de forma esporádica, e André (EMPRESA 14, ALIMENTÍCIO E BEBIDAS) o qual não realiza ações de responsabilidade social.

Segundo Gabriel (EMPRESA 10, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) e Cristina (EMPRESA 11, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIOS) eles realizam ações de responsabilidade social quase todos os meses, ajudando várias instituições sem ter uma específica.

Quanto à administradora Sonia (EMPRESA 09, ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS) ela declara que:

Bom, a história é que eu não tenho um projeto assim, eu ajudo. Eu estou constantemente ajudando. Chega época do Dia das Crianças, Cosme Damião, todo mundo faz projeto, todo mundo vem buscar coisas.

[...] diretamente eu participo de projetos dos outros, eu nunca tomei iniciativa de fazer alguma coisa. Então é assim todo mês eu to fazendo algumas coisa, é uma festa da igreja, é uma festa das crianças, é a festa não sei da onde, [...]

Observa-se neste diálogo de Sonia que ela não elabora ou executa qualquer projeto social, o que ela faz é participar ajudando com doações para outras instituições para que estas realizem a ação. E demonstra também que a última contribuição dela foi para os dias das crianças.

A entrevistada Núbia (EMPRESA 12, MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO) deixa claro que ela ajuda constantemente, quase que diariamente por estar envolvida com a diretoria de uma associação de bairros e sempre que há uma necessidade social ela está colaborando. Quanto à entrevistada Maria (EMPRESA 19, MÁQUINA PARA ESCRITÓRIO) ela sempre está ajudando, não espera ninguém procurá-la e sua última colaboração foi para a APAE e a AACD no final do mês anterior à entrevista.

Observou-se nos dados levantados pela pesquisa a existência de administradores que defendem não ser obrigação das empresas promoverem ações sociais, que isto deve ser função

do estado; esta idéia remete à visão de 'Friedman', o qual se baseava nos conceitos de direitos da propriedade, onde a direção corporativa não tem o direito de fazer nada que não atenda ao objetivo de maximização dos lucros, matendo os limites legais.

A maioria dos administradores pesquisados realizam internamente ações sociais que são obrigatórias, como pagamentos de salários, recolhimento de impostos e equipamentos de segurança. Há também aqueles que fornecem convênio médico e plano de cargo e salário, porém uma boa parte das empresas entrevistadas realizam jornadas extras de trabalho constantemente, e ainda em alguns casos existe o segundo turno de trabalho.

Percebe-se também que não há a gestão de crescimento e desenvolvimento pessoal dos empregados, desta forma tudo leva a acreditar que os administradores não praticam a RSC interna de acordo com a visão de Melo Neto e Froes (2002), o qual compreende e envolve as questões relacionadas à jornada de trabalho, à carga de trabalho, ao desenho de cargos e postos de trabalho, materiais e equipamentos, desenvolvimento e habilidade e organização do trabalho como fatores primordiais para a RSC.

Deve-se ressaltar que no estudo há administradores que sabem definir o que é filantropia conforme o conceito abordado; estes são, no entanto, poucos. A pesquisa traz também a informação de que a maioria dos entrevistados ajudam os templos religiosos, com doações financeiras e produtos, neste caso é que eles participam das atividades ativamente, seja como integrante da organização, ou como visitante. Outro fato interessante levantado é que dentre os administradores entrevistados há aqueles que participam de associações na comunidade, mas não têm uma visão tão clara entre ações de RSC e ações de filantropia. Pode-se observar também que a maioria dos entrevistados colabora ajudando grupos de apoio, e uma das instituições que mais se beneficia desta ajuda é o GPACI.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.

A RSC vem sendo discutida nos meios acadêmicos, organizacionais e terceiro setor. Atualmente, a divulgação por parte das grandes empresas sobre as suas práticas cresce constantemente. Mas este estudo mostra uma realidade diferente no universo das MPEs do setor industrial da cidade de Sorocaba (SP). De acordo com a pesquisa, os administradores entrevistados têm o conceito de que a RS é ajudar as pessoas necessitadas por meio de instituições sem fins lucrativos, templos religiosos, comunidade e outras associações e, para outros se limita a ações internas dentro de sua empresa.

Há certa insegurança e incerteza por parte dos entrevistados ao serem indagados sobre a definição de ações de Responsabilidade Social e Filantropia; para os mesmos, o fato de realizarem ações de ajudas pontuais e assistencialistas se caracteriza como uma ação de RSC. É importante deixar claro que filantropia aqui defendida é uma ação voluntária e pontual, tendo bases assistencialistas, e não tendo relação com o segmento da organização. Uma de suas principais características é a ausência de gerenciamento e controle. Ela é contrária ao conceito da RSC que ações que exigem planejamento, onde há método e sistematização e, principalmente gerenciamento efetivo e periódico (MELO NETO; FROES, 2001).

E contrastando os dados levantados com os conceitos estudados, proporcionou responder os objetivos específicos do estudo, quais sejam: a) se existem diferenças entre as ações de responsabilidade social corporativa e as filantrópicas, encontraram-se resultados os quais mostram que os administradores entrevistados fazem certa confusão, quanto às práticas de RS e ações de filantropia. Estes entrevistados declaram realizar ações de RSC, porém as práticas são ações filantrópicas, como doações financeiras a grupos de apoio, templos religiosos, dentre outros, mostrando que não há diferenças entre as duas ações para a maioria deles. A pesquisa mostrou que há aqueles que realizam suas ações apenas no âmbito interno de sua empresa, não se preocupando com a comunidade em seu entorno.

No entanto, um dos entrevistados, além de ter um conhecimento correto sobre o tema abordado, esclarece que existe diferenças entre a filantropia e a RSC, e este desenvolve na prática estas duas ações. A pesquisa chama a atenção quanto ao fato dos entrevistados em sua maioria ter formação acadêmica, e estes não terem um conhecimento mais profundo sobre o tema RSC confundindo ações de filantropia com ações de RS

b) O estudo identifica de que forma os administradores de MPEs realizam suas ações sociais; as informações obtidas com os administradores mostra que as práticas mais habituais realizada pelas MPEs são as de filantropia com discurso de ações de RS, e quando elas acontecem são por meio de parcerias com ONGs, templos religiosos, grupos de apoio, hospitais e escola. Estas ajudas acontecem mediante doações financeiras, e às vezes também mercadorias (prendas).

Estas ações de filantropia não são acompanhadas ou controladas, os administradores argumentam que não acompanham integralmente as atividades por falta do fator 'tempo', e em alguns casos até porque eles não têm um conhecimento adequado para fazer o controle. A doação filantrópica permite um tipo de doação menos envolvente e participativo, porém não menos importante, que segundo Jones (2008) elas trazem a valorização e o estreitamento de relações e colaboração com as comunidades locais. Estas doações filantrópicas é um primeiro passo necessário para um processo evolucionário das empresas para a RSC. Desta forma estas ações passam a ser a prática adequada para estes administradores.

Os administradores entrevistados, em sua maioria, não busca a parceria com seus fornecedores ou clientes para realizar ações de responsabilidade social. Para eles, os relacionamentos com seus fornecedores são estritamente profissionais, e estes fornecedores na maioria das vezes não têm conhecimento das práticas sociais realizadas.

Há administradores que não buscam parceria com seus fornecedores, por serem de grande porte, acreditando que os mesmos só colaboram ou participam de projetos com clientes de grande porte. acreditando que as grandes empresas fazem um discurso de práticas de RSC, no entanto, é apenas uma maneira de promover e divulgar a sua marca.

A pesquisa mostra a existência de administradores que defendem não ser obrigação das empresas promoverem ações sociais, que isto deve ser função do estado; esta idéia remete a visão de 'Friedman' o qual se baseava nos conceitos de direitos da propriedade, onde a direção corporativa não tem o direito de fazer nada que não atenda ao objetivo de maximização dos lucros, mantido os limites legais.

c) Para uma parte dos administradores a prática de ações de RSC beneficia a empresa, para outros trazem um impacto na motivação dos funcionários, e ainda há aqueles que defendem criar diferenciação sobre sua marca, possibilitando novos negócios; e existem aqueles que não acreditam que tais ações traga algum benefício.

Entre os que acreditam ter benefícios. Defendem a idéia de que o ambiente na empresa torna-se mais tranqüilo, há maior participação nos grupos de trabalho, maior união dos funcionários, e aumento da produtividade, percebe-se nestas colocações a idéia de Melo Neto e Froes (2002) onde a responsabilidade social estimula o desenvolvimento do cidadão e fomenta a cidadania individual e coletiva. Mas estas colocações dos administradores foram feitas através de observações sem uma técnica de pesquisa, sendo difícil afirmar a veracidade destas suposições.

Pode-se concluir que as MPEs entrevistadas do setor industrial da cidade de Sorocaba em sua grande maioria desenvolve suas ações sociais através de parcerias por meio da filantropia, auxiliando com contribuições monetárias financeiras, porém a maioria de seus administradores não realiza estas ações com o intuito de divulgar sua marca como as grandes organizações o fazem.

As MPEs, segundo as conclusões do estudo realizado, não podem ser consideradas socialmente responsáveis aos princípios que norteiam a RSC, porque as mesmas não têm um planejamento estratégico em suas ações sociais, com controle e envolvimento concreto. Elas ainda não adquiriram a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes que o Instituto Ethos (2008) declara ser necessário para prática da RSC. As ações internas das MPEs se limitam às obrigações legais e trabalhistas, não almejando todas as ações de melhoria no ambiente de trabalho, focando todos os aspectos como clima, cultura, meio ambiente físico, ergonômicos e outros, além de não conscientizar seus funcionários por meio da gestão de relevância social da vida no trabalho.

E suas ações externas acontecem única e exclusivamente por contribuições financeiras e raramente tendo a participação efetiva da empresa nos projetos realizados por terceiros. Entre as empresas há aquelas que suas ações não abrangem a todos, como comunidade local, parceiros comerciais, fornecedores, clientes, autoridades públicas e ONGs conforme defende a PRONACI (2003), não caracterizando assim a RS externa no seu todo.

Uma grande parte dos administradores das MPEs entrevistados do setor industrial de Sorocaba (SP), buscam através da benevolência natural do ser humano ajudar, mesmo que pelo princípio da caridade melhorar a sociedade em que estão inseridos, mesmo que sua empresa não faça uso das práticas de RSC.

A pesquisa mesmo não tendo caráter quantitativo, reforça os resultados encontrados pela pesquisa realizada pelo SEBRAE (2004), que apurou as RS nas MPEs, onde apresentou que elas estão preocupadas com a sociedade, e em especial com as comunidades que ficam ao redor de suas instalações, e que passados quatro anos a realidade ainda continua a mesma, a opção por ajuda por meio de doações a filantropias é um dos principais meios de ações sociais.

A RSC é um assunto bastante amplo, e desta forma difícil de ser conclusivo, mas o estudo em questão teve como objetivo colaborar com subsídios para discussão acerca do tema; no entanto, não tem o intuito de finalizar o assunto, como se vê há um longo caminho a trilhar no campo da RSC para que os seus conceitos estejam claros os administradores das MPEs, e isto só será possível com novas pesquisas qualitativas e quantitativas sobre as MPEs de todos os setores.

6.1 Limitações do Estudo.

Nesta pesquisa encontraram-se as seguintes limitações:

- a) O universo da amostra: para este estudo houve dificuldade em levantar dados sobre o universo das MPEs do setor industrial da cidade Sorocaba; a região não possui dados totalmente confiáveis quanto à quantidade destas empresas na área estudada, utilizando assim de informações disponibilizadas em órgãos estatais, porém fragmentadas entre eles;
- b) Tamanho da amostra: dificuldades em delimitar a quantidade de entrevistas por segmento industrial, por falta das informações dos setores e também de recursos de pesquisa;
- c) Acesso ao público-alvo: dificuldade para contato com os administradores das MPEs do setor industrial, sempre atarefados e com agenda limitada;

d) Entrevistas: as limitações temporais por parte dos empresários/administradores, ou seja, diálogos curtos e respostas diretas às perguntas delimitando o tempo da entrevista.

6.2 Recomendações para futuros trabalhos

Com base nas reflexões apresentadas a partir dos dados coletados, no intuito de contribuir para estudos que abordam o tema sobre RSC, sugerem-se novas pesquisas de caráter qualitativo e quantitativo com as MPEs em um universo amostral mais amplo, e outros setores para se verificar como estas empresas trabalham suas ações de RSC. Recomendam-se pesquisas para avaliar o impacto que ações sociais praticadas pelas empresas têm sobre a motivação de seus colaboradores internos, estudos a respeito da percepção do cliente e fornecedores quanto à prática das ações sociais das MPEs e qual a influência no relacionamento comercial; e por fim pesquisas qualitativas na região do Município de Sorocaba para coletas estatísticas a respeito da situação econômica e de crescimento das MPES.

REFERÊNCIAS

ASHELY, Patrícia Almeida et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva 2002

ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

ARAUJO, Margaret P. Responsabilidade Social como Ferramenta de Políticas Social e Empresarial. Rio Grande do Sul: Ed. Feevale, 2004. BARREIRA, Irllys A. F. Cidadania ou Filantropia? As Experiências de Combate as Desigualdades Sociais. **Revista Pós Ciências Sociais** - SÃO LUÍS, v. 3, nº. 5, JAN./JUL. 2006. Disponível em: <[http://www.pgcs.ufma.br/Revista%20UFMA/n5/n5 Irllys Barreiras resumo.htm](http://www.pgcs.ufma.br/Revista%20UFMA/n5/n5%20Irllys%20Barreiras%20resumo.htm) - 16k>. Acesso em 28 maio. 2008.

BOWEN, Howard R. **Social responsibilities of business-man**. New York: Harper & Row, 1953.

BRASIL, Constituição do. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/.](http://www.planalto.gov.br/)>. Acesso em: 28 Abril 2008.

_____. **Lei 9317 de 5 de dezembro de 1996**. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de pequeno Porte - SIMPLES e dá outras providências. Brasília, DF: [s.n], 1996.

_____. **Lei 9841 de 05 de outubro de 1999**. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF: [s.n], 1999.

_____. **Decreto 5028 de 31 de março de 2004**. Altera os valores dos limites fixados nos Incisos I e II da Lei 9841 de 05 de outubro de 1999 que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, DF: [s.n], 2004.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian M. **Compromisso social no mundo dos negócios**. Boletim do Ibase – Orçamento e Democracia, ano 6, nº 11. Fev. 1999 p.10 e 11. Disponível em:<<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?from>> Acesso em 14 abril 2008.

CARROLL, Archie B. **Corporet social responsibility evolution of a definitional construct**. Business and Society, n.38, p 268-295, 1999.

CAVALCANTI, C. **Desenvolvimento e natureza**: Estudos para uma Sociedade Sustentável. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

COMISSÃO NACIONAL DE CLASSIFICAÇÃO. Disponível em :<http://www.cnae.ibge.gov.br/secao.asp?codsecao=D&TabelaBusca=CNAE_110@>. Acesso em 05 out. 2008.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. **Livro Verde** : Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, 2001. Disponível em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf>. Acesso 10 fev. 2008.

COUTINHO, Joana A. Organizações Não – Governamentais: o que se oculta no “não”. São Paulo, **Revista Espaço Acadêmico**: PUC, ano III – nº 24, 2003. Disponível em <<http://www.espaçoacademico.com.br/024/24ccoutinho.htm-51k>>. Acesso em 04/abril. 2008.

DIAS, José Maria; DUARTE, Cleuza D. **Responsabilidade Social**: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos; Fundação Assistencial Brahma, 1986.

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

_____. **O melhor de Peter Drucker**: obra completa; tradução de Maria Leite Rosa, Arlete S. Marques e Edite Sciulli. São Paulo: Nobel, 2002.

FERNANDES, Rubem César. Elos de uma cidadania planetária. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n. 28, p.15-34, jun. 1995.

FERRELL, O.C; FRAEDRICH, John; FERRELL, Linda. **Ética empresarial**: dilemas, tomadas de decisões e casos. Tradução da 4ª ed. Original. Cecília Arruda. Rio de Janeiro: Ed, Reich Mann & Afonso , 2001.

FIESP. **Federação das indústrias do Estado de São Paulo**. Disponível em <<http://www.fiesp.com.br/>>. Acesso em: 28 fevereiro 2008.

FORUM PERMANENTE DAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE. DF. 2007. Desenvolvimento Tecnológico e Inovação nas Microempresas e Empresa de Pequeno Porte: Fator de influência. 2007. Disponível em <<http://www2.desenvolvimento.gov.br/sitio/sdp/proAcao/mcEmpPequeno/noticias.php-23->>. Acesso em: 26 abril 2008.

FUNDAÇÃO DE AMPARO Á PESQUISA DO ESTADO DE SÃO PAULO. 2008. Disponível em: <www.fapesp.br/>. Acesso em: 10 Out. 2008.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não-formal e cultura política: impacto sobre o associativismo do terceiro setor**. São Paulo: Cortez, 1999. (Col. Questões nossa época; v. 71).

_____. **Mídia, Terceiro Setor e MST**: impactos sobre o futuro das cidades e do campo. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

GRAJEW, Oded. **Negócios e Responsabilidade Social**. In: ESTEVES, Sergio A. P. O (org.) et al. Dragão e a borboleta: Sustentabilidade e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Axis Mundi, 2000. p. 39-49.

GRAJEW, Oded et al. **PRÁTICAS DE CIDADANIA**. Organização Jaime Pinsk. São Paulo: Editora Contexto, 2004. p. 213-220.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: < <http://www.ethos.br> >. Acesso em 12 Abril 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Disponível em:< www.ibge.gov.br> . Acesso em 18 de Ago. 2008.

JONES, Audra. **Procurando o Sentido da Responsabilidade Social Corporativa**. Disponível em:< http://www.iaf.gov/grants/downloads/crs_port.pdf.pdf> Acesso em 24 maio 2008.

KASSAI, Silvio. As empresas de pequeno porte e a contabilidade. **Caderno de estudos FIPECAFI**, São Paulo: FIPECAFI, v. 9, n. 15, p. 60-74, jan./jun. 1997. Disponível em: <http://www.eac.fea.usp.br/cadernos/completos/cad15/as_empresas_certo.pdf>. Acesso em: 19 maio 2008.

KAST, F. E; ROSENWEIG, J. E. **Organização e Administração**, Editora Pioneira, São Paulo, 1970

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10^a.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KUGLIANSKAS I. **Tornando a Pequena e Média Empresa Competitiva**, São Paulo: Instituto de Estudos Gerenciais e Editora, 1996.

LANDIN, Leilah. **Para além do mercado e do Estado?** Filantropia e cidadania no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, 1993.

_____. **A invenção das ONGs:** do serviço invisível à profissão impossível. 1993. 239 f. Tese (Doutorado) - Antropologia Social, Museu Nacional e UFRJ, Rio de Janeiro, 1993.

LANDIN, Leilah; BERES, Neide. **As Organizações sem fins lucrativos no Brasil:** ocupações, despesas e recursos. São Paulo: Nau, 1999.

LONGENECKER, J.G.; MOORE, C.W; PETTY, J.W. **Administração de pequenas empresas:** ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Makron Books, 1997.

MAKRAY, Almos. **Conceito de Responsabilidade Pelo Todo**. In: ESTEVES, Sergio A. P.(org.), et al. O Dragão e a borboleta: Sustentabilidade e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Axis Mundi, 2000. Cap.5.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4^a Ed. São Paulo: Ed Bookman, 2006.

MARCONI, Marina A; LAKATOS, Eva M. **Técnicas de Pesquisa**. Tradução Laura Bocco. 4^a Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MCGUIRE, Joseph W. **A EMPRESA & A SOCIEDADE:** Tradução Business and Society. Rio de Janeiro: Ed Fundo de Cultura, 1965.

MENESCAL, Andréa Koury. História e gênese das organizações não governamentais. In: GONÇALVES, Hebe Signorini (Org.). **Organizações não governamentais:** solução ou problema? São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 21-38.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E CIDADANIA EMPRESARIAL:** a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 1999.

_____. **GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: O CASO BRASILEIRO.** Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2001.

_____. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial.** Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2002.

ONU. Relatório *Bruntland* – Nosso Futuro Comum, 1987. Disponível em < http://www.tiosam.com/enciclopédia/?q=Economia_Brundtland> Acesso em 20 abril 2008.

ORLANDI, Eni Puccienelli. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos.* Campinas: UNICAMP, 1992.

PARENTE, Juracy. **Responsabilidade social no varejo: conceitos, estratégias e casos no Brasil.** São Paulo: Saraiva, 2004

PASSADOR, Cláudia Souza. **A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento.** In VII Congresso Internacional Del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la

PORTAL DA CIDADE. Sobre Sorocaba. Disponível em <<http://www.sorocaba.com.br/index.php?local>> Acesso em 15 Set. 2008.

Administración Pública, Lisboa, Portugal. 2002. Disponível em <<http://www.unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0044201.pdf>> Acesso em: 10 abril. 2008.

PORTAL DO ADMINISTRADO, 2008. Disponível em <http://www.administradores.com.br/noticias/responsabilidade_social_faz_parte_do_cotidian_o_de_pequenas_empresas/2681/> Acesso em 15 de Nov. 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SOROCABA. Disponível em:< <http://www.sorocaba.sp.gov.br>> Acesso em: 18 de Ago. 2008.

PROGRAMA NACIONAL DE QUALIFICAÇÃO DE CHEFIAS INTERMÉDIAS PARA A INDÚSTRIA, 2003. Disponível em < <http://www.pronaci.pt/Pronaci20012002/cadernotematico>> Acesso em: 03 Jan. 2008.

RIBEIRO, Marcos J; GIULIANI, Antonio C.; SACOMANO NETO Mario . et al. **Gestão de Marketing no Varejo III.** São Paulo: Ottoni Editora, p. 146 – 167, 2006.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia.** 6ª Ed. São Paulo: BEST SELLER, 2001.

SEBRAE NACIONAL. 2002. Disponível em: <<http://www.comunidade.sebrae.com.br/DADOSMPE/Links+Importantes/2408>> Acesso em 26 abril 2008.

SEBRAE NACIONAL. **Responsabilidade Social nas Micro e Pequenas Empresas.** 2004. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/topo/produtos/publicações/informe%20sebrae-sp/informes/informe_13.pdf> Acesso em 14 abril 2008.

SISTEMA ESTADUAL ANÁLISE DE DADOS. 2008. Disponível em: <www.seade.gov.br>. Acesso em: 10 Out. 2008

SCHERER-WARREN, Ilse. ONGs na América Latina: trajetória e perfil. In: SCHERERWARREN, Ilse et al. **Meio ambiente, desenvolvimento e cidadania: desafios para as ciências sociais**. Florianópolis: Cortez, 1995. p. 161-180.

SCHLEMM, Marcos Muller. Empreendedorismo no Brasil: 2008. In: KRUGER, Artur Passos *et al.* Curitiba : IBQP, 2008. 167 p. Disponível em <<http://www.gemconsortium.org/download/asp?fid=69> > Acesso em: 28 março 2008.

SMITH, C. **The new corporate philanthropy**. Harvard Business Review, may-june, p. 107, 1994.

SOCIEDADE DE VALORES. Filantropia não acontece por acaso. eJournal USA, 2006. Disponível em< <http://usinfo.state.gov/journals/>> Acesso em out. 2007.

SPERS, Valéria. R et. al. **A organizações e a responsabilidade social: revendo conceitos construindo desafios**. In: SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto et al. **Gestão e Negócios: entre o social e o administrativo**. São Paulo: Edições OLM, 2004. p. 19-35.

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

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de Negócios Focados na Realidade Brasileira**. 4^a.ed. São Paulo: Atlas, 2006. 427p.

THOMPSON, Marjorie; PRINGLE, Hamish. **Marketing social: marketing para causas sociais e a construção das marcas**. São Paulo: Makron Books, 2000.

TORRES, C. Responsabilidade social das empresas. In: **Ética e responsabilidade social**. 2002. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/media/ART_2002_RSE_Vertical.pdf>. Acesso em: 18 maio 2008.

TREVISOL, Joviles Vítório. A emergência das organizações não-governamentais (ONGs) no contexto da "nova ordem" mundial: razões e significados. **Revista Científica da UNOESC**, Joaçaba, v. 21, n. 39, p.107-138, jul. 1998. Semestral.

VIOLA, E. J. O movimento ambientalista no Brasil (1971-1991): da denúncia e conscientização pública para a institucionalização e o desenvolvimento sustentável. In: GOLDENBERG, M. (coord.). **Ecologia, ciência e política; Participação social, interesses em jogo e luta de idéias no movimento ecológico**. Rio de Janeiro: Editora Revan, 1992.

APÊNDICE A – Roteiro de Pesquisa

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa			Segmento Atividade		Quantidade de funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto ?	
			data de fundação?		É exportador			
Administrador			f- Função que exerce		Tempo na Função		Formação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
quais benefícios tem para seus funcionários e familiares:								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando?

ANEXO 1- Entrevistas Transcritas

Roteiro de Pesquisa 01

Bom dia / tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 01			Segmento de Atividade		Quantidade funcionário 20 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto ? R\$ 65.000,00	
			data de fundação Novembro/1990		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 18 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Convênio Médico, ADC.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seus projetos /ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 1

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: Bom para mim a RS é poder ajudar o meu próximo, ter a obrigação de tentar diminuir as diferenças sociais, colaborando com valores em dinheiro com entidades que trabalham com as pessoas pobres, crianças órfãs, idosas. Bom com estas instituições compreende? Há sim!- também, ajudar as igrejas da minha comunidade.

Entrevistador: Como Sr entende a filantropia?

Gestor Hum... Filantropia? Bom acho que deve ser estas instituições que, que fazem trabalhos sociais. Bom, não sei se é bem isso, mas acredito que seja isto mesmo. São estas entidades como o GPACI, que faz trabalhos com crianças com câncer. -Entrevistador: E a RSC?

Gestor: Bom para mim é quando eu pago todos os meus impostos, apesar de acreditar que trato bem meus funcionários, e ajudo a comunidade. Mas também acho que isto não seja obrigação da empresa, agente faz porque é uma maneira de motivar os funcionários.

02) Entrevistador: A empresa do Sr pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Acho que pratica sim! ...ham.. A final de contas recolho meus impostos em dia né, trato meus funcionários de maneira justa, ajudo a comunidade sempre que possível, participo de associações comunitárias quando tenho tempo, a final o tempo é bem curto.

2.1. Entrevistador: Como o Sr pratica RSC na comunidade?

Gestor: Na comunidade?... Eu realizo, ajudando a campanhas que faz a minha centro “Luz e Caridade” que é o centro espírita que participo, lá ajudamos as famílias pobres.

Ajudo também a escola quando eles precisam, naquela “amigo da escola”, Ajudo com tinta no final ano, ou no inicio de ano. E também quando convidado a participar de algum evento na comunidade, dependendo para que vai ser feito, eu ajudo.

Entrevistador: E para os familiares de seus funcionários, o que o Sr realiza?

Gestor: Bem para os familiares dos meus funcionários? ... Olha eu normalmente realizo churrasco, convido e incentivo que eles venham. No final de ano nós fazemos uma festinha de confraternização e entregamos brindes.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Bom. Sempre que posso to ajudando, não tem uma frequência assim muito certa não. Depende do tempo igual disse, e de sobrar dinheiro no caixa

Atualmente para ser sincero a grana ta bem curta, mas fazemos o que dá.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestor: Olha bem. Eu não motivo não.

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Por quê? Sabia que ia perguntar isso... Bem é que eu não converso com eles a respeito disso, faço a minha parte e pronto. Não fico comunicando estas coisas e, vou disser mais, funcionário é bom ficar um pouco distante para eles não confundirem, achar que o fato de estar ajudando dá direito a fazer corpo mole na produção.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

Gestor: Olha sempre faço com o centro, acho que isso é uma parceria. Não? E também realizo as festa para o pessoal aqui, e ai é sozinho. A sim, tem também a ajuda com dinheiro que dou para o GPACI.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores?

Gestor: Não.

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Por que não! Eu nunca pensei em convidá-los, e também nunca fui convidado.

Entrevistador: E com seus clientes?

Gestor: Não! Com meus clientes também não. É complicado você pedir para o cliente a ajudar, com este tipo de ação. Até porque não tenho esta intimidade com ele. Mas agora quando eles me procuram eu até dou uma força, com prendas, dinheiro, o que for possível.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha os projetos/ou ações social, que o senhor participa?

Gestor: Não, não acompanho, até por que falta tempo como te disse antes, o tempo é curto. Mas veja bem! No Centro Espírita eu sei que as pessoas são competentes então não me preocupo, quanto aos demais acredito que estejam fazendo um trabalho sério.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Olha eu não sei se ele percebem não. Pelo menos nunca observei isto!

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Se traz algum benefício? ... Hum... Bem acho que de certa forma sim, os meus funcionários ficam contentes quando faço a festa de final de ano para eles e seus familiares. Ficaram contentes quando eu fiz o ADC para eles poderem ter um pouco de lazer. E de certa forma também eles ficam mais motivados. Agora quanto aos meus clientes igual já falei, não percebi nada de diferente.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Bom para começar, é o GPACI que eu ajudo todo mês como disse. Mas você sincero projeto nenhum, porque eu ajudo sempre que precisar a comunidade. Quando foi a última ajuda? ... Foi em setembro, na abertura da Semana da Pátria no bairro, esta eu até fiz parte da comissão de organização.

Roteiro de Pesquisa 2

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 02			Segmento de atividade Produto de metal		Quantidade funcionário 27 funcionários		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 98.000,00	
			data de fundação Novembro/1996		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 12anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X			X
n- quais benefícios tem para seus funcionários e familiares: Convênio Médico, Bônus de premio para o empregado mais produtivo, convenio odontológico.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 02

1) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor- Bom. ... Responsabilidade Social é ser útil a comunidade em que moro, é quando você tem um compromisso com a sociedade. É ajudar os mais necessitados, ajudar entidades a fazer trabalhos sociais, ajudar a igreja e também para mim, é pagar os impostos dos meus funcionários em dia, recolher os impostos do governo, é não sonegar, cumprir com minhas obrigações trabalhistas também.

Entrevistador: E a filantropia, como o Sr entende?

Gestor: Filantropia, filantropia... hum... Bem não sei bem se é isto! - Acho que é, deve ser estas instituições que executam trabalhos sociais com crianças carentes, asilos, pessoas com câncer, Igrejas.

Bom eu acho que é só isso.

02) Entrevistador: A empresa do Sr pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Acho que pratica sim! ... Ham... Afinal de contas, recolho meus impostos em dia né, trato meus funcionários de maneira justa; ajudo a comunidade sempre que possível, participo de associações comunitárias quando tenho tempo, a final o tempo é bem curto.

2.1. Entrevistador: Como o Sr pratica RSC na comunidade?

Gestor: Na comunidade?... Eu realizo, ajudando a campanhas que faz o centro “Luz e Caridade” que é o centro espírita que participo, lá ajudamos as famílias pobres.

Ajudo também a escola quando eles precisam, naquele “amigo da escola”, Ajudo com tinta no final ano, ou no início de ano. E também quando convidado a participar de algum evento na comunidade, dependendo para que vai ser feito, eu ajudo.

Entrevistador: E para os familiares de seus funcionários, o que o Sr realiza?

Gestor: Bem para os familiares dos meus funcionários? ... Olha eu normalmente realizo churrasco, convido e incentivo que eles venham. No final de ano nós fazemos uma festinha de confraternização e entregamos brindes.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Bom! Sempre que posso to ajudando, não tem uma frequência assim muito certa não. Depende do tempo igual disse, e de sobrar dinheiro no caixa. Atualmente para a grana ta bem curta, mas fazemos o que dá.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestores: Olha bem. Eu não motivo não.

Entrevistador: Por quê?

Gestores: Por quê? Sabia que ia perguntar isso... Bem é que eu não converso com eles a respeito disso, faço a minha parte e pronto. Não fico comunicando estas coisas e, vou disser mais, funcionário é bom ficar um pouco distante para eles não confundirem, achar que o fato de estar ajudando dá direito a fazer corpo mole na produção.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

Gestor: Olha sempre faço com o centro, acho que isso é uma parceria. Não? E também realizo as festa para o pessoal aqui, e ai é sozinho. Á sim tem também a ajuda com dinheiro que dou para o GPACI.

Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores?

Gestor: Não.

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Porque, não! Eu nunca pensei em convidá-los, e também nunca fui convidado.

2.4. Entrevistador: E com seus clientes?

Gestor: Não! Com meus clientes também não. É complicado você pedir para o cliente a ajudar, com este tipo de ação. Até porque não tenho esta intimidade com ele. Mas agora quando eles me procuram eu até dou uma força, com prendas, dinheiro, o que for possível.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha os projetos/ou ações social, que o senhor participa?

Gestor: Não! Não acompanho, até porque falta tempo como te disse antes, o tempo é curto. Mas veja bem! No centro eu sei que as pessoas são competentes então não me preocupo, quanto aos demais acredito que estejam fazendo um trabalho sério.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Hum! Eu não divulgo minhas ações, então acho que eles não percebem não.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Algum benefício... Hum... É como te disse, eu não divulgo as ações que faço, então não acredito que traga algum benefício a ela (empresa), faço isto por uma satisfação pessoal. Par mim isto é importante.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: A contribuição para GPACI neste mês, e a festa das crianças feita pelo centro

Roteiro de Pesquisa 3

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 03			Ramo Atividade Produto de metal		Quantidade funcionário 13 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 45.000,00	
			data de fundação Janeiro/1994		É exportador Não		Certificação de RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 14 anos		Formação 2º grau	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X			X		X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Convênio Médico,								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 03

01) Entrevistador: Para a Senhora o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestora: Filantropia para mim é fazer, não. Ajudar as pessoas através de doações esporádicas, sem muita frequência, este mês eu ajudo, em outro não, é meio que solto. Não tenho a obrigação de contribuir sempre com a mesma entidade.

Já a Responsabilidade Social é diferente, você tem a obrigação de ajudar as pessoas, a comunidade.

Responsabilidade Social para mim é a obrigação que minha empresa, ou até mesmo eu tenho em ajudar a minha comunidade. Quando a minha empresa recolhe os impostos fiscais, trabalhistas ela está fazendo Responsabilidade Social, mas que isto quando eu recolho um funcionário lhe dando emprego, ajudando-o a ter uma vida digna estou praticando a responsabilidade social.

Mas o que não podemos esquecer é que a função da minha empresa não é RS, mas sim obter lucro com os meus negócios. Ajudar é apenas um fator complementar, é necessário em minha opinião colaborar para que aja uma sociedade mais justa.

02) Entrevistador: A empresa da Sra. pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Sim, ela recolhe seus impostos em dia, cria postos de trabalho, trata seus funcionários de maneira ética. Nós temos convênio médico, fornecemos cestas básicas, damos apoio financeiro para a aquisição do material escolar para os filhos dos funcionários no início do ano. Bem é isso! Assim eu acredito que nos praticamos RS.

2.1. Entrevistador: Como a Senhora pratica RSC na comunidade?

Gestor: para a sociedade, ops! Desculpa na comunidade? A empresa colabora com atividades direcionadas, com ajuda a instituições como escola, igreja, associações sindicais. Realizamos uma vez por ano uma festa para as crianças, para comemorar o dia das crianças, fazemos isso com um grupo pequeno, mas fazemos com carinho.

Ajudamos a Igreja, em especial o grupo Vicentino da Igreja Católica, com cestas básicas. Participamos e ai eu principalmente na Abertura da Pátria da cidade que acontece todo o ano no início da semana que cai o dia 07 de setembro, e neste caso eu trabalho diretamente. Ajudo também o GEPACI, com contribuição mensal como uma ação filantrópica. Gostaria de fazer mais pela minha comunidade, mas sou pequeno e a grana é curta então você sabe que fica difícil.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: A frequência é relativa, as doações ao Hospital do câncer e os Vicentinos são mensais, já a festa é anual e o desfile é anual também. Fora isso quando posso estou ajudando.

2.2. Entrevistador: A senhora motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestores: Veja bem, motivar – motivar não. Procuo convidá-los a participarem das ações sociais que estamos ajudando, no entanto são poucos que se interessa por este tipo de assunto, desta forma eu também nunca me preocupei em motivá-los.

2.3. Entrevistador: De que maneira sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social? Sozinha ou em parcerias?

Gestor: Boa pergunta! Sabe procuro as parcerias como te disse anteriormente, com Igrejas, sindicatos, associações em fim varias instituições. Mas às vezes faço algo sozinho, mas é muito raro, afinal de contas eu não tenho tempo para correr atrás disso.

2.4. Entrevistador: A Senhora busca a participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores?

Gestor: Com meus fornecedores? Às vezes sim. Quando necessito de valores mais expressivos busco a parceria com eles sim, não só o meu fornecedor é convidado, como os meus clientes, no qual tenho mais amizade também

2.5. Entrevistador: A Senhora acompanha os projetos/ou ações social, que o senhor participa?

Gestor: Olha, sempre que possível eu gosto de saber o que estão fazendo os grupos que eu ajudo, mas tenho que te confessar que é uma barra acompanhar, a final não tenho tempo, como te disse. A sim quando sobra um tempinho vou atrás para ver o estão fazendo com o meu dinheiro. Já quando a idéia parte da minha pessoa ou equipe procuro acompanhar tudo ao pé, para que saia como proposto, afinal de conta neste caso é a imagem da empresa que esta em jogo.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Não sei te disser se eles percebem, se percebem nunca me falaram, mas os funcionários, estes comentam na hora do intervalo o ocorrido. Já na minha opinião os clientes quando percebem, eles devem aprovar bastante.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Sim, por que os funcionários trabalham mais, e gente percebe que ha outra motivação. A pesar de eu não ter medido realmente com números esta minha afirmação, no entanto é o que eu percebo no dia a dia.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Olha, ultima participação em uma ação social foi doações ao hospital do câncer e os Vicentinos!

Entrevistador: E sem ser a doação?

Gestor: Hum.. Foi o evento da semana da Pátria como eu já comentei com você, é uma festa realizada pela minha igreja. Mas neste caso eu não levei o nome de minha empresa.

Roteiro de Pesquisa 04

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 04			Ramo Atividade produtos de metal		Quantidade funcionário 15 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 86.000,00	
			data de fundação Maio /1999		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente / proprietário		Tempo na Função 5 anos		Formação 2º grau	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X		X			X
Quais benefício têm para seus funcionários e familiares: nenhum								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 04

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: Para mim o que é Responsabilidade Social? Bem... É fazer, hum... Ajudar a comunidade sempre que possível, ser justo com os meus funcionários, pagar os impostos certo, recolher o que é de direito do funcionário.

Sei lá.. Acho que deve ser ajudar as entidades que ajudam as pessoas mais pobres.

Entrevistador: E a Filantropia?

Gestor: Filantropia, o que é? Bom, seriam estas casas, grupos de ajuda á pessoas? Não sei, não tenho um entendimento muito sobre isto.

02) Entrevistador: A empresa do Sr pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Eu acho que sim, afinal de conta eu recolho os impostos em dia, sempre estou ajudando a comunidade quando posso, ajudo a Igreja, hum... faço doações a GPACI, e outras entidades, sou justo com meu funcionário, pago ele certinho em fim isto para mim é ser responsável! Não?

Entrevistador: Como o Sr pratica a RSC na sua comunidade?

Gestor: Responsabilidade Social Corporativa? Como assim?

2.1. Entrevistador: Como o Sr realiza as ações sociais na comunidade? E com que frequência?

Gestor: A sim, agora entendi!... Bom, como te disse através de doações a igreja, a essas entidades beneficentes, e sempre que da oportunidade. Sabe eu não gosto muito de me envolver com trabalhos na comunidade diretamente não, porque eu acho que as pessoas na comunidade são bastante complicadas, e eu não tenho saco para trabalhar com elas. Então prefiro ajudar financeiramente ou com doações de mercadorias.

Para meus funcionários, bom é aquilo que te disse, tento ser o mais justo possível. Às vezes eu realizo um “churras”, opa desculpa!... Churrasco para o pessoal como forma de descontração, e no final do ano fazemos uma pequena confraternização com eles e seus familiares. Eu acho que é isto.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Sempre que eu posso estou ajudando, assim não dá para te disser. Às vezes eu ajudo mais de uma vez no mês, com mais de uma entidade... Sei lá varia bastante.

2.2. Entrevistador: O senhor incentiva, motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestor: Motivar! Olha não. Por que não é obrigação minha, acho que cada um deve realizar o que você acha melhor. E eles nem sabem que eu ajudo.

2.3. Entrevistador: De que maneira sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social? Sozinha ou em parcerias?

Gestor: Não sei se pode dizer se é com parceria, eu passo o dinheiro para terceiros, assim acho que é uma parceria. Não sei se está claro para você... Mas é isso, dificilmente eu faço sozinho, sozinho.

2.4. Entrevistador: O Sr busca a participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores e clientes?

Gestor: Com os fornecedores não.

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Sabia que você ia perguntar isso! Por que, eu nunca tive essa idéia, como eu tenho um relacionamento mais de negócios com eles eu raramente falo sobre este assunto com eles. Sei lá nunca me motivei.

Entrevistador: E os clientes?

Com os clientes também não, é difícil ter esta intimidade.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha as ações sociais que a empresa pratica?

Gestor: Sinceramente não! Não tenho tempo, e tenho pouca paciência para estas coisas.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Primeiramente, eu praticamente não divulgo minha atitude de ajudar, desta forma eu acho que eles não percebem. Ou pelo menos se percebem nunca me falaram se é bom ou não.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Eu acho que é indiferente, por que como eu te disse, se os clientes não percebem e eu não divulgo isto não vai mudar a realidade da empresa. Acho eu.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Bem.. Acho que foi a festa da igreja do bairro, nos dias das crianças. E também eu doei uma cesta básica para ajudar um fizinho de um funcionário, ele veio me pedir e eu ajudei.

Entrevistador: E sem ser a doação?

Gestor: Sem ser doação... Hum... – Acho que foi o ano passado (2007) em um evento realizado pela Igreja (um encontro de Casais) que de tanto minha esposa pedir acabei indo ajudar. Mas como te falei eu não tenho muita paciência com estas coisa.

Roteiro de Pesquisa 5

Bom dia/tarde

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 05			Ramo Atividade Alimentício e bebidas		Quantidade funcionário 30 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 120.000,00	
			data de fundação Fev/1998		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente de RH		Tempo na Função 5 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X			X
n- quais benefícios tem para seus funcionários e familiares: Convênio Médico, odontológico, participação nos lucros								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 5

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: Responsabilidade Social? Hum... Para mim a responsabilidade social se divide em duas situações distintas. A primeira poderia dizer que é o compromisso que eu como cidadão devo ter com a sociedade, no que diz respeito a ajudar os menos favorecidos. Ai está a minha responsabilidade como pessoa, ajudar a minha comunidade.

Em um segundo aspecto que esta relacionada à empresa, é o que pelo menos eu acho, onde esta deve ajudar, ou procurar ajudar a comunidade em que ela esta instalada. E também a responsabilidade que ela tem com seus funcionários, pagando os salários em dia, recolhendo seus direitos, pagando os impostos. É também a empresa sempre que possível, ajudar os familiares dos meus colaboradores.

Entrevistador: E a Filantropia?

Gestor: Filantropia, bom pelo que eu entendo, ela esta ligada as instituições sem fins lucrativos. As ONGs, as associações que o próprio nome já diz filantrópicas.

Entrevistador: O Sr poderia me disser qual a diferença entre a RSC e a Filantropia?

Gestor: Diferença! Hum... Bom a Responsabilidade Social é uma ação mais completa em meu ver, exige mais de meu acompanhamento, tem um fundo de marketing para a empresa. Já a filantropia é a doação de valores financeiros, para uma ação pontual, não exige um controle mais rigoroso.

Entrevistador: o Sr disse que RSC tem um fundo de Marketing. Como assim?

Gestor: Bom para mim é claro isso. Por que quando a empresa pratica ações de responsabilidade social corporativa eu acho que ela na verdade esta fazendo ou para tampar um buraco, que ela tem em seu processo produtivo, de repente para encobrir uma poluição ambiental, e ai vai. Ou também faz para passar uma imagem de empresa boazinha frente ao seu cliente ou comunidade.

02) Entrevistador: A empresa do Sr pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Sim, e inclusive nos dois aspectos que lhe citei, Nós temos um trabalho social com nossos funcionários, onde buscamos ajudá-los sempre que eles precisam se no caso eles têm algum problema, tentamos ajudar a resolver. Se estes passam por problemas de saúde familiar nós acompanhamos de perto para que nada falte a eles.

Além de também, cumprirmos com nossas obrigações legais frente a eles e ao governo, o que não deixa de ser responsabilidade social.

2.1. Entrevistador: Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência Já para a comunidade... Nós buscamos ajudar de maneira mais filantrópica, através de doações financeiras, a igrejas e entidades de assistenciais. E de mais neste contexto que trabalhamos a RS externa.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Olha, dentro da fabrica constantemente, sempre ficamos atento para resolver os problemas, os impostos são mensais. Já as contribuições acontecem mensalmente ou quando nos é solicitado. Mas ai é analisado e verificado a idoneidade da instituição que esta pedindo.

2.2. Entrevistador: O senhor incentiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestor: Olha para lhe disser a verdade, não.

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Por que, sei lá, nunca pensei em fazer isto. Eu até convido alguns funcionários mais próximo a participar, mas isto não é regra ou costume meu não.

2.3. Entrevistador: De que maneira sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social? Sozinha ou em parcerias?

Gestor: É como eu já falei, nós buscamos parcerias e as vezes fazemos ações isoladas, sozinhos. Mas veja bem por que. O meu negocio não é realizar ações sociais, eu não conheço o suficiente para isto. O meu negocio é produção de gênero alimentício, este eu entendo. E eu não tenho tempo para correr atrás destes projetos. Você entende? É por causa disso eu prefiro doações. A gora quando é para os funcionários como, por exemplo, a festa de fim de ano. Ai nós realmente fazemos sozinhos mesmo, sem titubear.

2.4. Entrevistador: O Sr busca a participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores e Clientes?

Gestor: Não nunca busquei não! Até por que eu acho que cada um deve ter a iniciativa própria de ajudar, e não depender dos outros para realizar. Então nunca busquei não.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha as ações sociais que o senhor participa?

Gestor: Como já te falei, eu não tenho tempo e nem conhecimento para fiscalizar, desta forma eu não acompanho não.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Percepção! hum... Ai é complicado, não sei te disser se realmente eles percebem as ajudas que eu faço, até por que eu não as divulgo. Então se algum cliente ficar sabendo, acredito que ele deve ver com bons olhos.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Olha, prejuízo não traz, isto eu tenho certeza. Mas benefício externo eu acho que também não traz. Agora internamente eu acho que sim, sabe por que os funcionários ficam animados quando estamos prontos a ajudá-los, Trabalham mais animados, trabalham mais, são bem mais produtivos sabe. Então acho que traz um pouco de benefício.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Foi as ações de doações para entidades assistenciais, agora eu participando muito tempo.

Entrevistador; Quando?

Gestor: Sei lá, uns seis meses na minha igreja.

Roteiro de Pesquisa 6

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 06			Ramo Atividade produto de metal		Quantidade funcionário 12 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 80.000,00	
			data de fundação? Janeiro/1997		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente		Tempo na Função 8anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Participação nos lucros. ADC								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista da Empresa 6

1) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: Responsabilidade Social são os trabalhos junto à sociedade, a comunidade, para buscar diminuir as diferenças sociais... Com isso, em minha opinião é fundamental que haja uma conscientização das pessoas frente a esta realidade.

Já a responsabilidade social corporativa, é para mim, a minha empresa pagar seus impostos em dia, recolher os direitos dos meus funcionários, e tratá-los com respeito e dignidade, fornecer mão de obra. Em fim é buscar também ajudar a comunidade de maneira a amenizar os problemas sociais que ela tem.

Entrevistador: E a Filantropia?

Gestor: Filantropia para mim é fazer ações localizadas junto com as instituições sem fins lucrativos. Como por exemplo, Casa do Menor, Casa dos Velinhos, GPACI entre outras.

Eu não tenho um compromisso de ficar controlando ou elaborando a ação com mais detalhes.

02) Entrevistador: A empresa do Sr pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: A sim é claro, nos buscamos ajuda a comunidade de varias maneiras. A minha empresa da forma de filantropia, colaborando com o GEPACI, a Casa dos Velinhos, e AACD constantemente. Ajudamos também a igreja do bairro aqui, a comunidade Cristo Reis. Além disso, estou auxiliando as festa que a comunidade faz, por exemplo, a escola e a creche. Já no que diz respeito aos meus colaboradores internos, nós ajudamos quando eles tem algum problema financeiro, Emprestamos dinheiro sem juros para descontar no pagamento. Temos também festas de fim de ano, e alguns churrascos no final de mês como confraternização.

2.1. Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Bem então! Os churrascos de fim de mês, a Festa no fim de ano para toda a família, inclusive nos damos brinquedos as crianças. Já as contribuições para as instituições mensalmente. Mas não é um valor muito alto não.

2.2. Entrevistador: O senhor incentiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestor: Olha, sempre falo a eles a importância de participarem, ajudando alguma instituição, é a única coisa que faço.

Entrevistador: Mas por que o Sr só faz isto?

Gestor: Por quê? Ham.. Acho que motivação vem de dentro da pessoa, desta forma conscientizar é a melhor maneira de criar um habito, entende?... A sim acho que isto vai dar mais resultado.

Entrevistador: Mas eles participam?

Gestor: Olha às vezes alguns até vem perguntar como eles podem ajudar, principalmente quando é alguma festa na comunidade.

2.3. Entrevistador: De que maneira sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social? Sozinha ou em parcerias?

Gestor: Olha sempre acabo realizando sozinha. Só faço em parceria quando sou procurado por alguém de alguma instituição.

2.4. Entrevistador: O Sr busca a participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Olha às vezes peço alguma ajuda, sim principalmente quando é alguma coisa que o custo vai se elevar, mas ai é para os mais próximo o contato. Quanto aos clientes sim, mas quando eles vêm me procurar.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha as ações sociais que o senhor participa?

Gestor: Às vezes até busco saber o que estão fazendo as instituições que faço doações, mas não é sempre. O meu maior problema e acho que de todos hoje é o tempo, ele é muito curto não? ... Então fica difícil para estarmos acompanhando integralmente.

03) Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Olha eu não divulgo minhas ações sociais, a sim eu nunca busquei descobrir se eles sabem que pratico. Então não sei responder se caso algum deles sabe qual sua percepção a respeito.

4) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Quando diz respeito aos meus clientes acho que não, mas agora referente aos meus colaboradores aqui na fabrica é diferente. Estes as minhas ações melhora a participação deles na produção, ou melhor, são mais produtivos. O ambiente é mais agradável.

5) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Bom, foi as doações mensais para as entidades filantrópicas e a festa das crianças na igreja.

Roteiro de Pesquisa 7

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 07			Ramo Atividade produtos de metal		Quantidade funcionário 6 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 35.000,00	
			data de fundação Novembro/1990		É exportador Não		Certificação RSC? Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 18 anos		Formação Ensino médio	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X			x		X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: cesta básica.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista empresa 07

01) Entrevistador: Para o senhor o que é responsabilidade social?

Gestor: Não sei responder corretamente. Me parece difícil,

Entrevistador: No seu ponto de vista o que é responsabilidade social?

Gestor: É difícil de responder!

Entrevistador: Para você o que é ser responsável socialmente?

Ser correto com as ações da gente, colaborando com a comunidade, trabalhando dentro das normas e regras.

Entrevistador: E a Filantropia?

Gestor: Hum. Não sei não. Nunca escutei isto.

2) Entrevistador: A sua Organização pratica ações de RS?

Gestor: Não! no meu entendimento.

Entrevistador: As empresas para quem você presta serviços já te cobraram ações sociais da sua empresa?

Gestor: Nunca nos cobraram!

2.1. Entrevistador: Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?

Gestor: Ajudamos estas instituições que pedem ajuda.

Entrevistador: Estas entidades filantrópicas?

Gestor: Sim! Mas nunca visitei a instituição, pois eu não tenho tempo.

2.2. Entrevistador: Você motiva seus colaboradores a praticarem ações sociais?

Gestor: Não, pois tenho medo de não ter uma boa resposta deles como: - eu não sou pago para fazer isso, e com isso arrumar alguma intriga com eles.

2.3. Entrevistador: A sua empresa realiza ações de responsabilidade social sozinha ou em parceria com outras instituições?

Gestor: Bem é como eu disse minha empresa não realiza ações de responsabilidade social, o que eu faço é em meu nome. É doações para alguma instituição que nem a APAE.

2.4. Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não pensamos nisso, e é complicado com os clientes

OBS: as demais informações não foram possíveis levantar tendo em vista que segundo o gestor ele não pratica RS.

3) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Bom, como eu disse não sei direito o que é, ou definir o que é Responsabilidade Social direito, então eu não sei perceber se eles percebem alguma ação que eu faça, até porque a única coisa que eu faço é ajudar algumas instituições.

04) Entrevistador: Em sua opinião, você participasse de ações sociais, traria algum benefício a sua empresa?

Gestor: Não sei, eu teria que pesquisar. Mas nunca pensei no assunto.

5) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Ah, todo mês eu ajudo uma entidade, e como voluntário faz muito tempo que eu não faço isso. Mas tenho vontade de fazer um trabalho voluntário, mas infelizmente eu não tenho tempo.

Roteiro de Pesquisa 8

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 08			Ramo Atividade Produto de metal		Quantidade funcionário 5 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 30.000,00	
			data de fundação Janeiro/ 2001		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função anos		Formação ensino médio	
Práticas de turnos de trabalho, quantos			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01 X	02	03	Sim X	Não	Sim	Não X	Sim	Não X
Quais benefício têm para seus funcionários e familiares: Cesta básica.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista da Empresa 08

01) Entrevistador: Para você o que é responsabilidade social ?

Gestor: Tudo aquilo que envolve a parte do ser humano. Eu tenho o assunto de responsabilidade social para meus funcionários, pois não é somente pagar eles em dia, isso é obrigação, mas sim a parte social deles.

Entrevistador: Na sociedade em geral como você vê isso?

Gestor: Falta muito, falta bastante pois nem todos tem o mesmo pensamento igual ao meu! Eu gosto de participar, de interagir e de poder estar vendo as dificuldades da parte social do próximo.

Entrevistador: O que você entende por filantropia?

Filantropia são as doações em dinheiro que é dada as instituições que não tem fins lucrativos. Eu ajudo, por exemplo, a creche Maria Claro e o Lar São Vicente de Paula e até para os próprios funcionários que nos percebemos que esta passando por dificuldades financeiras, eu conscientizo os outros funcionários a doarem algo para fazermos uma cesta básica e o que falta eu completo. Infelizmente eu não posso dar uma cesta por funcionário.

02) Entrevistador: A sua empresa pratica responsabilidade social? E de qual forma?

Gestor: Sim! Eu atuo junto a uma associação em nome da empresa.

Entrevistador: O que essa associação faz?

Gestor: Pelo o pouco tempo que eu participo da diretoria da associação, ela trabalha em benefícios para a própria comunidade. É interagir junto aos vereadores e prefeitura para trazer melhorias para o bairro.

2.1. Entrevistador: Quais trabalhos sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?

Gestor: Participo na associação promovendo e ajudando os trabalhos que eles vão desenvolvendo, como a semana da pátria, ajudando a igreja e as entidades como a igreja e estas outras que ajudam as pessoas necessitadas. E eu ajudo todo mês.

2.2. Entrevistador: O Senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestor: Olha eu convido eles a participarem, mas você sabe que é difícil eles irem. Fora isso não.

2.3. Entrevistador: A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parceria com outras Instituições?

Gestor: Sempre com outras ou através de outras instituições.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores e clientes?

Gestor: Fornecedor não, já clientes às vezes eu convido alguns amigos a participarem com nós.

Entrevistador: O último trabalho que a empresa realizou de responsabilidade social foi acompanhado por um parceiro?

Gestor: Foi sim.

Entrevistador: Essa parceria foi feita com fornecedores ou clientes?

Gestor: Foi sim. A parceria foi feita com clientes e amigos

2.5. Entrevistador: Você acompanha os projetos sociais das instituições que você ou a sua empresa ajudam?

Gestor: Somente de uma instituição das 3 que eu ajudo. A do Centro que participo.

Entrevistador: Você acompanha os projetos da associação do começo ao fim?

Gestor: Não! Como é recente a minha participação na diretoria, agora estou pegando o jeito e a entender a filosofia que eles querem implementar, mas estou muito novo para entender um projeto do começo ao fim.

Entrevistador: Você divulga as ações sociais realizadas pela sua empresa para seus clientes?

Gestor: Sim! Eu divulgo para os clientes e amigos e sempre deixo um convite e um espaço para eles participarem de alguma forma.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Eu acredito que eles vêem com bons olhos, porque as ações que agente faz trás uma imagem positiva a empresa desta forma acredito que ajude bastante, eles percebem que a gente não está só preocupado com a gente. E como eu te disse a gente às vezes participamos com alguns clientes de ações deste tipo, e aí então fica mais fácil conversar com eles, passamos a ficar mais próximos

4) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Sim claro, como eu te disse eu divulgo por que acredito que os clientes tem uma visão positiva, e ajuda bastante na hora da comunicação e da negociação, acredito que esta atitude da minha empresa em relação a comunidade pode ser relevante quando é fechado o serviço.

5) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Foi agora nos dia sete de setembro na abertura da semana da pátria, que ajudei a associação nos trabalhos, e também eu ajudo todo mês o GPACI e o centro espírita.

Roteiro de Pesquisa 9

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 09			Ramo Atividade Alimentício		Quantidade funcionário 10 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 65.000,00	
			data de fundação Novembro/1990		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 18 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X			X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares:								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista da Empresa 9

01) Entrevista: O que é responsabilidade social?

Gestor: Bom primeiro no meu caso gerar emprego que nem a minha loja. É Hum... muita gente pergunta por que eu trabalho tanto né, acho que a comunidade que minha loja é uma loja única aqui da região, gerar emprego né, além de eu e meu marido e minha filha ainda mais quatros funcionários, e atender a comunidade naquilo que ela precisa né, porque antigamente os tinha que a cidade pra comprar as coisas que eu vendo hoje, e eu procuro cada vez melhor a tender meu cliente. Uma que pra segurar aqui, vendo na minha empresa pro meu bairro crescer porque acho que se meu bairro crescer eu cresço junto, melhora as condições de vida de todo mundo e, pra atender a comunidade no sentido de pra ela poder receber, ter mais facilidade né quem precisar.

Entrevistador: E a filantropia?

Gestor: Filantropia tem dois lados, um lado, por exemplo, de você durante um bom tempo nós fizemos é... Nós é... Como fala? Como você vê, não me vêem a palavra agora, agente para o time de futebol da escola, agente comprava uniforme, bola e o meião, mandava fazer tudo pra eles né, uma maneira de ajudar o time de futebol então isso é o lado da filantropia pra mim, e existe o outro lado que é o lado assim por exemplo da minha igreja, quando o pessoal vem pede as coisas pra fazer festas na igreja, pra ajudar né, agente tem o lugar que ajudamos mensalmente. Esqueci o nome! Aquele do padre Adalberto... Toca de Assis com saco de lixo, papel higiênico, a filantropia para mim é isso. Você ajudar de alguma maneira alguém que precisa né, sendo assim no caso das crianças da escola é esse tipo de ajuda.

02) Entrevistador: A sua empresa pratica ações e responsabilidade social?

Gestor: Filantropia sim, eu acho que eu pratico porque eu ajudo né, no momento eu que faço essas coisas, mas dentro da minha igreja agente ajuda, e também é eu sei né, que seria sabe assim, eu comprei essa loja e a empresa, mantenho ela limpa, organizada, não deixo as mercadorias vencerem na prateleira e não deixa de ser uma preocupação com o outro.

2.1. Entrevistador: Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?

Gestor: Ajudo as igrejas o time da escola que nem eu falei.

2.2. Entrevistador: A senhora motiva seus funcionários a praticarem ações sociais? Como?

Gestor: Não, porque o que acontece é o seguinte é normalmente no caso da Daniela sim, porque ela é minha filha né, antes de ser minha funcionaria ela é minha filha pôr isso é uma outra situação, mas os funcionários que não são da família não, porque nosso contato é muito superficial, 90% das pessoas que trabalham aqui precisam de dinheiro pra começar, pra comer, então não tem nem como pedir para elas ajudarem, se elas mesmas não tão conseguindo se manter né.

2.3. Entrevistador: A sua empresa quando realiza ações sociais e responsabilidade social elas o fazem sozinhas ou em parceria com outras instituições?

Gestor: Normalmente quando eu faço sozinha, eu não gosto de fazer cortesias com chapéu alheio. Então eu não sou o tipo de pessoa que faz e mostra entendeu? Eu ajudo quanto é assim, tem muita coisa que a empresa faz que 95% das pessoas não sabem, mas isso é uma coisa minha, eu não gosto de fazer alarmismo daquilo que eu faço.

Entrevistador: E a empresa da senhora, já participou de ações sociais elaboradas por terceiros?

Gestor: Agente participa assim, vamos supor, vai fazer uma festa na igreja, agente doa então, e acaba sendo terceiros, agente doa coisas para a Toca de Assis acaba sendo terceiros ou uma instituição que vai fazer festas para crianças e eu acabo ajudando como exemplo vendendo doces com preços mais baratos ou fazendo alguma doação.

2.4. Entrevistador: E de fornecedores e Clientes?

Gestor: Nunca, nunca, nunca se tocou para ajudar entendeu o que acontece é que meu tipo de mercadoria é considerado uma empresa de médio a pequeno porte então algumas coisas que eu vendo eles fazem promoção para grandes. Os grandes atacadistas e para os pequenos eles não oferecem nada. E os clientes não.

2.5. Entrevistador: A sua empresa acompanha projetos, doações sociais que ela se envolve?

Gestor: Normalmente sim porque são coisas aqui do bairro, coisas que eu tenho acesso. Coisas que nem o time de futebol da escola que eu levava na “combi”, então eu acredito que sim.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Olha, eles não percebem muito não porque como eu disse 95% das pessoas não tem conhecimento das ações que eu faço, porque eu não divulgo, vamos supor vai ter algum evento na igreja e o organizador vem pedir ajuda para mim e eu ajudo, mas eu peço para não mencionar o nome da empresa.é como eu disse o pessoal faz a cortesia com o chapéu, então o chapéu sou eu. Eles fazem a cortesia e não eu.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Não acho que não, elas são feitas única e exclusivamente por vontade minha.

Nunca notei nenhuma quem vem pedir normalmente são pessoas que são clientes ou amigos meu, em função disso eu não vejo nada.

Pelo contrario eu já tive problemas com patrocinar o time de futebol, nunca entraram para comprar nada na minha empresa, só vinham para pedir mesmo.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Bom, historia é que eu não tenho um projeto assim, eu ajudo. Eu to contentemente ajudando. Chega a época de dia das crianças, Cosme e Damião, todo mundo faz projeto, todo mundo vem busca coisa na empresa.

Já teve mês de chegar a disponibiliza R\$500,00 em mercadoria para projeto. E chega uma hora de parar, parar porque não tenho condições de atender mais. Então o que acontece eu diretamente eu participo de projeto dos outros eu nunca tomei a iniciativa de fazer alguma coisa. Então é assim todo mês eu to fazendo alguma coisa, é uma festa da igreja é uma festa das crianças é a festa não sei da onde, como exemplo teve uma festa da escola, vieram busca coisa, teve uma festa da catequese da igreja, vem busca coisa aqui. São coisas que são dadas e não compradas.

Roteiro de Pesquisa 10

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 10			Ramo Atividade alimentícia		Quantidade funcionário 7 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 35.500,00	
			data de fundação Setembro/1999		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 9 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: cesta básica.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista empresa 10

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: Responsabilidade social! Bom olhe bem! Para mim é poder ajudar o meu semelhante, ajudar aqueles que mais necessitam sabe! É.. Hum... Ajudar orfanatos, estas entidades que ligam pedindo ajuda.. A igreja, a comunidade no todo.

Já a responsabilidade social corporativa, acredito que seja quando a minha empresa ajuda as outras pessoas. Mas também quando eu contrato alguém estou ajudando socialmente, e ai estou fazendo responsabilidade social corporativa, também o fato de eu não poluir o ambiente já estou fazendo Responsabilidade social Corporativa, pagar impostos em fim é por ai.

Entrevistador: Como Sr entende a filantropia?

Gestor: Olha seria estas entidades ai que pedem as coisas? É isso?

Entrevistador: Mas o senhor poderia explicar?

Gestor: Acho que deve ser estas instituições sim. Estas que falei que pedem ajuda por telefone como a APAE, o GEPACI, para os cegos etc..

02) Entrevistador: Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Se ela pratica Responsabilidade Social?... Sim é como falei agora, quando eu pago meus impostos, contrato gente, estou fazendo ações de responsabilidade social. Também quando contribuo com as entidades que já te disse também pratico responsabilidade social.

Entrevistador: E para os funcionários?

Gestor: Bom para eles alem de pagar os impostos direitinho né, eu também dou cesta básica, fazemos festas constantemente para motivá-los e no final de ano juntamos todos com a família e fazemos uma 'festona', na minha chácara para comemorarmos.

2.1. Entrevistador: Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade?E qual frequência?

Gestor: - Bem para a comunidade é como já te disse, ajudamos sempre que possível a Igreja e as entidades quando me procuram. A frequência uma vez por mês em média.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestores: Não, nunca pensei em incentivá-los não, até porque eu particularmente faço minha parte, e acho que cada um deve fazer a sua, mas não sou eu que vou falar isso a eles.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social de que forma, sozinha ou em parcerias?

Gestor: A maioria das vezes sozinha, sozinha...

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não... Às vezes, somos convidados por alguns amigos que são nossos clientes a ajudar em alguma atividade que eles vão realizar para a comunidade, ai ajudamos com dinheiro. Agora fornecedores não, nunca realizei nada com eles não.

Entrevistador: Mas Por quê?

Gestor: Por que nunca pensei em convidá-los a fazer alguma coisa.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha integralmente seu projetos/ou ações social, que ajuda?

Gestor: Olha projeto!... Bem nunca participei ou elaborei algum projeto a esse respeito, quanto às ações sociais, quando ajudo eu não vou ver o que eles estão fazendo não. Porque eu mal tenho tempo para minha família o que dirá para ver estas coisas.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Olha, bem, eu não sei se eles percebem não até porque eu nunca divulguei alguma coisa sobre isso. Agora os amigos que são clientes e agente ajuda estes ficam bastante contentes e sempre dão preferência para comprar com nós.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Eu acho que de certa maneira sim né, porque os meus funcionários ficam contentes quando faço festa, e com isto eles trabalham mais, são mais produtivos. E o fato do pessoal que agente ajuda, igual te disse o fato deles darem preferência a comprar comigo já é algo positivo

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Para a igreja quase todos os meses. E estou ajudando de alguma forma aquelas instituições que nos procuram.

Roteiro de Pesquisa 11

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 11			Ramo Atividade Máquina para escritório		Quantidade funcionário 12 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto? R\$ 45.000,00	
			data de fundação 1998		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Diretor comercial / Sócio Proprietário		Tempo na Função 10		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Convênio Médico.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista empresa 11

01) Entrevistador: Para a senhora o que é responsabilidade social?

Gestora: É quando você se compromete com a sociedade e ajuda criar meios socioeconômico, cultural e ético, para mim é isso.

Entrevistador: E a filantropia?

Gestor: É quando você ajuda uma sociedade sem bens lucrativos, como igreja, e estas outras.

2) Entrevistador: Sua empresa pratica ações de responsabilidade social?

Gestora: Pratico com a geração do 1º emprego, geralmente meus funcionários não tem registro anterior, sendo assim treinando-os para mercado de trabalho.

Doações para as entidades do bairro e contribuo com a escola do bairro com materiais escolares que eles precisam, só!

2.1. Entrevistador: Em qual freqüência, quais trabalhos sociais a sua empresa faz com a comunidade local?

Gestora: Nós fizemos aquele trabalho de relações com o Coccaro, quando tem festa na escola agente doa e emprega estagiários.

Entrevistador: Com qual freqüência você faz essas ações?

Gestor: Com 3 meses ou 4 meses.

2.2. Entrevistador: A senhora motive seus funcionários a praticarem ações sociais? Como?

Gestora: Sim, quando tem uma atividade no bairro agente incentiva a participar ,como eles estudam no colégio do bairro geralmente quando tem alguma coisa no colégio eles trazem para nós ajudar.

Geralmente nós procuramos pegar pessoas que trabalha nesse tipo de coisa como a Natalia, ela que esta há mais tempo trabalhou com isso na escola.

Temos parceria com as escolas que nos indicam bons alunos para esta trabalhando conosco.

2.3. Entrevistador: A sua empresa realiza ações sociais sozinho ou com parcerias com outras instituições?

Gestor: Há parcerias com os diretores de escola.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta com seus fornecedores ou clientes?

Gestora: Não! Não porque nunca me interessei em convidá-los e nunca fui convidado por eles formalmente. A mesma coisa acontece com os clientes.

Entrevistador: Você diz que com seus clientes e seus fornecedores, você não faz ações sociais com eles, por quê?

Gestor: Com fornecedor é meio difícil, as empresa grandes falam muito propaganda de que fazem ações sociais mais efetivamente eu não acho que elas fazem isso.

Porque o interesse das empresas é vender, então é difícil consegui alguma parceria.

2.5. Entrevistador: Sua empresa acompanha integralmente?

Gestor: A acompanha, no caso dos estagiários como exemplo a “Natalia” eu invío um relatório mensal para o diretor da escola mostrando o seu rendimento.

Porque quando acaba, encaminho ou não para as empresas de acordo com o que eu respondi no questionário. E também quando tem festa que a empresa ajudou, nós vamos até o evento.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: É através das professoras do CEI 14, quando tem um aluno carente eles vêm aqui para conversamos e fazemos a doação do material para a criança, e daí elas informam que o material foi doado pela empresa e isto é uma boa divulgação.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Sim, acho que as pessoas procuram comprar de quem ajuda o bairro, e outra coisa é o preço se você tem, o preço igual a do concorrente com certeza vão comprar de nós, pois não ira influenciar nos preços das mercadorias e isso acaba sendo uma forma de versão positiva para a empresa

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Ajudo sempre que posso, e quase todo mês fazemos algum auxilio á comunidade.

Roteiro de Pesquisa 12

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 12			Ramo Atividade máquina para escritório		Quantidade funcionário 9		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 36.000,00	
			data de fundação Nov/2000		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente geral		Tempo na Função 6 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X			X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares:								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista empresa 12

01) Entrevistador: Para a senhora, o que é responsabilidade social e filantropia?

Gestora: Para mim, responsabilidade social é estarmos ajudando a comunidade em que eu participo ou onde eu morro pagar meus impostos corretamente, ajudar os mais necessitados, manter as minhas ações trabalhistas em dia e em ordem e não sonegar.

É pensar e acreditar que nossos políticos pensem dessa forma, e enfim e eu acredito que devemos ser muito justos com nossos funcionários.

Entrevistador: E a filantropia?

Gestora: Eu tenho uma noção vaga sobre o assunto. Eu acredito que filantropia seja as ONGs, seriam essas instituições que trabalham ações sociais com crianças, com idosos, pessoas deficientes, ou seja, pessoas da comunidade que necessitam de alguma ajuda.

02) Entrevistador: A sua empresa pratica ações de responsabilidade social?

Gestora: Pratica sim, com certeza! Afinal de contas é uma obrigação nossa recolher impostos em dia, ajudar a comunidade, ah! Eu ajudo a igreja também, e só!

2.1. Entrevistador: Como à senhora pratica as ações de responsabilidade social corporativa?

Gestora: Bom, na comunidade acho que serve como exemplo a escola aqui do bairro no Quevedo nos desenvolvemos juntamente com alguns alunos, também o campeonato de futebol de salão na escola. Isso serve tanto para o nível de lazer como para o nível de prática de esporte.

Entrevistador: Em qual frequência as ações acontecem?

Gestora: Frequência... Fica difícil de avaliar, tipo assim... Eu sou membra da associação e isso acaba sendo rotina para nós porque isso acontece diariamente, então não existe uma frequência e sim uma necessidade, ajudar a minha congregação isso acontece sempre com frequência.

2.2. Entrevistador: A senhora motiva os seus funcionários a praticarem ações sociais?

Gestora: Não diretamente, eu convido sempre alguns deles, quando tem eventos existem cartazes espalhados pela empresa então fica o convite indireto.

Alguns eu acabo convidando assim, mas eu não insisto. Pessoalmente acho que cada um deve buscar sua parte e não ser cobrado por isso.

2.3. Entrevistador: As ações sociais que a senhora pratica são feitas sozinhas ou com ajuda de outros parceiros?

Gestor: Bom quando se trata de algum evento ou ação que se trata de recursos financeiros, eu ajudo sozinha, mas quando há um evento de nível um pouco maior eu acabo solicitando o apoio de alguns fornecedores para estar contribuindo com o evento.

2.4. Entrevistador: Então há participação conjunta com seus fornecedores? É isso?

Gestora: Sim! Nestas condições que eu te falei sim!

Entrevistador: Mas os seus fornecedores te convidam a participarem de ações de responsabilidade social?

Gestor: Olha, sinceramente eu nunca fui convidada, mas, se eu fosse com certeza eu participaria com maior prazer.

Mas, cobrar sinceramente eu não faria, talvez nós temos que avaliar a situação o grau a necessidade, cobrar é uma coisa muito complicada, afinal como eu já te disse: As ações devem vir de dentro e de vontade própria.

Entrevistador: E com seus clientes você já teve alguma participação?

Gestor: Não, não, não! Com cliente é diferente. E difícil ao cliente com ação social eu não acho correto. Até mesmo com meus funcionários que estamos trabalhando todos os dias que já temos uma afetividade já é difícil imagine com o cliente como não deve ser? Com cliente não existe muito vínculo, com ele é só negócio.

2.5. Entrevistador: A senhora acompanha os processos ou projetos de ação sociais que você pratica?

Gestor: Depende da ação ou do projeto, como eu já te falei sou ligada a uma associação, e quando se trata de algum evento sim, meu acompanhamento é direto. Agora se é um outro tipo de participação ou doações eu não acompanho não.

Entrevistador: E por que não?

Gestor: Olha, o tempo! Agente tem essa vida corrida, o lado pessoal, o lado da comunidade, não dá pra gente estar acompanhando muita coisa e acabar fazendo o serviço bem feito.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Veja, se eles percebem eu não sei te dizer com clareza, mas acredito se algum deles perceberem, eu acredito que eles vêem isso como uma forma positiva, mas eu não tenho como te afirmar isso.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: A sim, não tenho como disser se há alguma mudança em relação aos meus clientes mas o ambiente interno fica mais ameno, onde se percebe um grupo mais unido, dando satisfação para trabalhar.

5) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: A frequência..., fica difícil de avaliar, tipo assim..., eu sou membra da associação e isso acaba sendo rotina para nos porque isso acontece diariamente, então não existe uma frequência e sim uma necessidade, ajudar a minha congregação isso acontece sempre com frequência.

Roteiro de Pesquisa 13

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador)

Empresa 13			Ramo Atividade produtos de metal		Quantidade funcionário 10 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 95.000,00	
			data de fundação Novembro/1999		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Proprietário		Tempo na Função 18 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: ADC, Curso de treinamento pago 40%.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista empresa 13

01) Entrevistador: Para o senhor, o que é responsabilidade social e filantropia?

Gestor: Para mim, responsabilidade social é o compromisso que as pessoas devem ter com a sociedade, ajudar as pessoas mais necessitadas, ajudar a comunidade, o bairro, pagar impostos, e ser justo com meus empregados.

Entrevistador: E a filantropia?

Gestor: Bom, filantropia é a ação que eu executo ajudando em dinheiro com as entidades não governamental, com creches, pastorais, ONGs, e outras, ou seja, entidades sem fins lucrativos.

02) Entrevistador: Sua empresa pratica responsabilidade social?

Gestor: Sim desenvolve, nas duas áreas, a interna com os funcionários onde buscamos deixar tudo em dia, recolhendo os impostos deste em dia, pagamento, em fim deixando um ambiente de trabalho harmonioso. Tratando eles com dignidade.

E também na sociedade com parcerias, com algumas entidades como o da associação dos empresários do bairro e outros.

2.4. Gestor: Tem o exemplo das escolas aqui do bairro, onde nós ajudamos eles a adquirirem os materiais para reformas nos prédios como pinturas e pequenos concertos.

Também através de parcerias com o primeiro emprego junto a estas escolas, proporcionando uma oportunidade aos jovens que iniciam sua carreira profissional.

2.4. Entrevistador: Fora essas ações sociais com as escolas o Sr ou pratica outros tipos de ações sociais?

Gestor: Praticamos sim, com a obra Kolping, que é a comunidade local, nos temos uma ação também que é realizada através de nossa empresa.

Nós procuramos facilitar para a aquisição de materiais e inclusive em alguns casos fazemos até a nível de parcerias como exemplo na pintura do prédio, parcerias com fornecedores de materiais de pintura e quase nos somos atendidos e conseguimos até o material de forma gratuita.

2.2. Entrevistador: A sua empresa ou o Sr motiva seus funcionários a praticarem ações sociais?

Gestor: Sim, motivamos, nos temos a visão, e até quando vamos admitir um novo funcionário nós damos a preferência para o 1º emprego e também para aqueles que têm o potencial de estar trabalhando em alguma obra social realizada pela empresa.

2.4. Entrevistador: O senhor já participou em conjunto em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não, sistematicamente não!

Entrevistador: Os fornecedores do senhor estão sempre ajudando nessa parte de ação social, ou são casos isolados?

Gestor: Não há uma sistemática quando existe uma necessidade no caso igual a da pintura na escola, nós procuramos a fazer parcerias com fornecedores de materiais de pintura e quase nos somos atendidos e conseguimos até o material de graça. E quanto aos clientes só quando eles nos procuram ai sim.

2.5. Entrevistador: A sua empresa acompanha integralmente as ações sociais que realiza?

Gestor: Sim, nos procuramos fazer isso, não é interessante o 'beneficiante' ficar distante do beneficiado e não acompanhar os projetos que esta sendo realizado.

No caso que eu te falei a escola e a obra social da comunidade Kolping. Nós procuramos saber sim se ela realmente esta beneficiando a comunidade.

Entrevistador: Os seus fornecedores conseguem perceber as ações sociais praticadas pela sua empresa?

Gestor: Sim, nos inclusive enviamos um status da ação que eles nos ajudou com um agradecimento pela participação no projeto e como esta o andamento do projeto social.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Isso acaba se tornando a imagem da empresa, que não é somente a parte financeira e sim uma parcela da população que pratica alguma responsabilidade social.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Sem duvida alguma, no caso nós somos mais beneficiados do que a própria ação que fazemos.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Neste caso, é as escolas de nosso bairro que temos uma parceria permanente e todos os meses nos ajudamos ela. Desde 1998 temos essa parceria de fornecimento de materiais onde fazemos formas de pagamentos e preços especiais.

Roteiro de Pesquisa 14

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 14			Ramo Atividade Alimentício		Quantidade funcionário 12 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 36.800,00	
			data de fundação Junho/ 2002		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce gerente comercial		Tempo na Função 4 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X			X		X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Cesta básica								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista da Empresa 14

01) Entrevista: Para você, o que é responsabilidade social?

Gestor: É você criar dentro e fora da sua empresa um bem estar da sociedade em geral, tanto de funcionários como da sociedade como um todo.

Entrevistador: Filantropia?

Gestor: Seriam algumas entidades que não tem fins lucrativos, o que é bem difícil hoje em dia!

2) Entrevistador: A sua empresa pratica responsabilidade social?

Gestor: Sim todas as empresas praticam responsabilidade social, pagando seus funcionários em dia, promovendo condições dignas de trabalho, ajudando a sociedade, pagando impostos.

2.1. Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?

Gestor: Nós ajudamos algumas entidades financeiramente. Não tem como ajudar a entidade que meu cliente ajuda, mas ajudamos sim algumas pastorais, igreja ou outras entidades.

Entrevistador: Você já fez ou pratica algum trabalho voluntário?

Gestor: Não particularmente, mas já procurei fazer um trabalho voluntário no GEPACI, mas os horários não dariam para ser cumpridos por falta de tempo.

2.2. Entrevistador: Você motiva seus funcionários a praticarem ações sociais?

Gestor: Não, nem para fazer trabalhos voluntários ou ajudar entidades, nunca sentei para conversar isso com eles, penso que isso deve partir do próprio funcionário e não porque o chefe está mandando.

2.3. Entrevistador: sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?

Gestor: Quem faz as ações sociais é a empresa não tenho e nunca tive ajuda de fornecedores.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta com seus fornecedores ou clientes com projetos de ação social? Eles te convidam?

Gestor: Não, e nunca fomos convidados.

2.5. Entrevistador: Sua empresa acompanha integralmente ações sociais de ajuda?

Gestor: Sim, a partir do momento que começamos a nos informar como é o trabalho da entidade e etc. Têm entidades que continuamos ajudando e outras paramos de ajudar. Tem entidades que contratam equipes de telemarketing, que muitas vezes pedem doações e o dinheiro nem sempre era repassado para a entidade, ou seja, sempre ganhavam por fora.

Hoje ajudamos o GEPACI, que tem esse tipo de equipe de telemarketing, mas nos sabemos que todo o dinheiro é repassado para a entidade e o que fazem com ele.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Eu não divulgo não! Às vezes sai anúncio de festa em alguma entidade que nos ajudamos e aí sai nos cartazes da festa o logotipo da empresa. Eu peço “pelo amor de deus”, que não coloquem o nome da empresa que deixem no anonimato, mas sempre acaba saindo. Para mim é indiferente sair o nome da empresa, mas penso que se você ajuda é de coração e não para ficar se exibindo em cima de uma ação social.

Desta forma eu não sei se te disser qual é a percepção do cliente.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: São dois pontos de vista, um olha o lado da responsabilidade social, de correr atrás e ajudar, outros tem a visão de estar ajudando e com isso se promovendo em cima da ação social. Nós não nos preocupamos com isso.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Projeto nenhum! Mas ações sociais mensais.

Roteiro de Pesquisa 15

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador)

Empresa 15			Ramo Atividade Produtos de metal		Quantidade funcionário 10 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 90.0000,00	
			data de fundação Setembro /2002		É exportador Não		Certificação RSC? Não	
Administrador			Função que exerce Gerente industrial		Tempo na Função 6 anos		Formação Graduação/ Pós graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares:								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista da Empresa 15

1) Entrevistador: Para o senhor o que é uma responsabilidade social e filantropia?

Gestor: Responsabilidade social é o cumprimento para os funcionários com o trabalho, limpeza e saúde, pois eu vejo dessa maneira dentro da organização geral do trabalho.

Filantropia: Me desculpa, mas não domino conhecimentos sobre o assunto.

2) Entrevistador: A sua empresa pratica ações sociais ?

Gestor: Prática, como por exemplo, conscientizar os funcionários com prevenções de saúde, com limpeza e com ambiente de trabalho.

Entrevistador: A sua empresa tem benefícios para os funcionários?

Gestor: Não! Pois o único benefício da empresa é um bom ambiente de trabalho.

Entrevistador: Benefícios com os familiares dos colaboradores?

Gestor: Não, pois a empresa é nova no mercado, tem cerca de 2 anos apenas.

2.1. Entrevistador: A empresa é nova no mercado, mas ela já participou de ações sociais externas?

Gestor: Não, nunca tivemos a oportunidade de fazer qualquer tipo de trabalho ou ação social, mas futuramente pensamos em trabalhar.

2.2. Entrevistador: Você motiva seus funcionários a praticarem ações sociais?

Gestor: Sim, com conversas diárias motivando-os a saírem com a família, fazer um churrasco, jogar um futebol ou uma pescaria

Entrevistador: Trabalhos voluntários?

Gestor: Tenho alguns funcionários fazendo trabalho voluntário, mas não motivados pela a empresa.

2.3. Entrevistador: Você já fez ou participou de algum projeto ou ação social em parceria com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não! Nunca fizemos e nunca fomos convidados

2.4. Entrevistador: Há participação ou cobrança de seus fornecedores para que a sua empresa pratique ações sociais?

Gestor: Nenhuma nunca nos cobraram!

2.5. Não faz ações sociais.

3) Entrevistador: Em sua opinião os clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Sim, se você pratica uma doação ou ajuda uma entidade de qualquer outra forma isso dá alguns comentários perante a comunidade, por que geralmente é divulgado, e isso traz uma imagem diferente da empresa. (neste caso a empresa não pratica ainda, mas o gestor acredita).

4) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à empresa?

Gestor: Sim, traz uma imagem diferente da empresa tanto para os clientes como para os funcionários.

5) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Obs.: Não faz ações RS

Roteiro de Pesquisa 16

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador)

Empresa 16			Ramo Atividade Alimentício		Quantidade funcionário 16 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 110.000,00	
			data de fundação? Abril/ 1989		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente comercial		Tempo na Função 4,5 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X			X		X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Convênio médico, cesta básica.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 16

01) Entrevistador: - Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor - Olha bem, responsabilidade social para mim é ajudar os outros que mais precisam, pagar os impostos em dia, não poluir o meio ambiente etc.. E a responsabilidade corporativa para mim é o compromisso que minha empresa tem em colaborar para uma comunidade melhor. É quando eu pago meus impostos em dia, quando eu recolho o salário do meu pessoal em dia. Quando contrato o pessoal estou fazendo responsabilidade social corporativa. Este é meu ponto de vista.

Entrevistador: Como Sr entende a filantropia?

Gestor: Bom já a filantropia eu não sei te disser o que é não. Nem imagino.

02) Entrevistador: Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Acredito que eu pratico sim, pois estou sempre ajudando a comunidade local, ajudo com doações constantemente. Pago meus impostos em dia, não atraso os pagamentos dos funcionários, em fim é isto.

2.1. Entrevistador: Quais trabalhos desenvolvem na comunidade?

Gestor: Bom.. hum.. Olha como disse com doações ao GEPACI, a Pastoral da Criança, a Igreja. Em fim, no que posso.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Quase todo mês para o GEPACI, quanto a Pastoral da Criança sempre que eles necessitam e a igreja também.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais?

Como?

Gestores: Não!

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Nunca pensei em motivá-los para ser sincero com você. Agente quase que não dá muita atenção para estas coisas.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

Gestor: Olha é como eu disse eu ajudo estas instituições, e eu faço com elas e isso para mim é uma parceria.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não, não há! Até porque eu acho meio chato de ficar pedindo para os meus fornecedores para ajudarem, e para os meus clientes nem pensar. Se algum deles pedir eu até contribuo, mas isto até o momento não aconteceu.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha integralmente seu projetos/ou ações social, que ajuda? Ou seja, estas doações?

Gestor: Não! Eu apenas contribuo com dinheiro, e eu não vou ver o que eles estão fazendo, fico na boa fé, acredito que estas instituições que eu colabora são integras. E também me falta tempo para fazer estas coisas.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Olha, bem, acredito que de maneira legal! Pois agente estamos ligados diretamente a comunidade, e isto é divulgado pelos próprios moradores que estão direta e indiretamente ligado ao nossos clientes, onde eles acabam sabendo do que se passa. A pesar de eu não fazer as atividades com meus fornecedores e clientes a gente também acaba comentando o realizamos na sociedade.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Sim é claro, é como eu disse os clientes ficam sabendo e com isto a nossa empresa fica com uma imagem diferente e abre novas chances de negociação. E também o fato da harmonia dos grupos de trabalho, apreço até brincadeira, mas da para ver a satisfação do pessoal. Principalmente quando eles podem participar.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: É, todos os meses ajudando algum evento na igreja, ou doações para entidades filantrópica, inclusive eu ajudei na festa das crianças agora em outubro este foi o último evento.

Roteiro de Pesquisa 17

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 17			Ramo Atividade produto de metal		Quantidade funcionário 17 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 130.000,00	
			data de fundação? fevereiro/1990		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente industrial		Tempo na Função 5anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa		Tem planos de cargo e salário		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	X		X		X			X
quais benefícios tem para seus funcionários e familiares: cesta básica,								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 17

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: Bom a responsabilidade social é a ação que um cidadão executa na sociedade em Pró do seu próximo, da comunidade. E já a filantropia são as instituições não governamental que ajudam a sociedade como um todo, através de ONGs, casa de caridade e outras. Assim e a igreja.

E quando falamos de Responsabilidade Social das empresas! hum.. Aí já é diferente! Por que a empresa, ela não tem o dever de fazer a responsabilidade social, o negocio dela é ganhar grana, lucro. Mas às vezes é um bom negocio para ela poder ficar em uma boa com a sociedade. É fazer um marketing, entendeu? Mas isso funciona quando o cliente é acessível a esta situação.

Entrevistador: - Como Sr entende a filantropia?

Gestor: Olha não sei te dizer ao certo, apenas sei que se trata destas entidades que ajudam as pessoas.

02) Entrevistador: Sua empresa prática ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Veja bem! Se fazer a parte de recolhimento em dia dos impostos, pagar os funcionários na data certa, tratá-los com respeito, ajudá-los quando estão precisando. Ai sim eu faço responsabilidade Social no demais não faço não.

2.1. Entrevistador: E para a comunidade?

Gestor: Olha, a comunidade eu colaboro com eles quando alguma igreja vem me procurar para ajudar, mas isto é raro.

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: As ações com os funcionários?

Entrevistador: Com a comunidade?

Gestor: Bom só quando eles me procuram. Mas isto não é muito frequente não.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestores: Não! Nem eu me motivo como vou motivá-los?

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

OBS Pergunta não realizada, o Gestor não faz ações de RSC

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

OBS Pergunta não realizada, o Gestor não faz ações de RSC

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha integralmente seu projetos/ou ações social, quando ajuda?

Gestor: Bom quando dou uma ajuda eu não acompanho não!

Entrevistador: Por quê?

Gestor: Bom... Porque, é como eu disse eu não me motivo em ir procurar estas coisa, então desta forma não me preocupo com isto apenas faço.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Olha, esta pergunta é simples de te responder! Porquê como eu apenas ajudo de vez em quando, e para instituições como a igreja, isto não aparece para os meus clientes. Então não tem diferença nenhuma.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Não acho que minhas ações de doações muda alguma coisa no meu negócio não.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Olha igual eu falei dêo quando me pedem, a última vez foi em maio para a festa da Igreja aqui na comunidade. E depois disso não ajudei mais em nada.

Roteiro de Pesquisa 18

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 18			Ramo Atividade produto de Metal		Quantidade funcionário 9 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 32.0000,00	
			data de fundação? Março/1999		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Sócio Proprietário		Tempo na Função 9 anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01 X	02	03	Sim X	Não	Sim	Não X	Sim	Não X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: cesta básica.								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 18

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor- Responsabilidade social... Acho que é fazer alguma coisa para o bairro, para as pessoas carentes. Em fim acho que deve ser isto, não sei se é realmente isto.

Entrevistador: E a RSC?

Gestor: A responsabilidade corporativa? Olha acho que a empresa não deve fazer, pelo que entendo, a empresa foi criada por mim e pelo meu sócio e foi para sustentar nossas famílias, e o dinheiro quase não sobra. Desta forma como eu vou ajudar outros? E outra, já pago meus imposto então o governo é que deve se preocupar com isto.

E filantropia eu não sei o que é muito bem não. Sei lá, deve ser também alguma coisa ligada a Responsabilidade social.

02) Entrevistador: Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Se ela pratica ações de responsabilidade social? Bem apesar de acreditar que não é responsabilidade da empresa, eu ainda assim acho que prático. Porque pago todos os meus impostos, ando em dia com o pessoal que trabalha aqui.

2.1. Entrevistador: E para a comunidade?

Gestor: Olha quando sobra o que é muito difícil a gente pode até ajudar, mas nós não vamos atrás, se alguém vem pedir ai agente ajuda. è como eu te disse não acho que seja de minha responsabilidade ajudar.

Entrevistador: Com qual freqüência estas ações acontecem?

Gestor: Olha é bem raro mesmo, só para você ver faz pelo menos uns 4 meses que não ajudo.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?

Gestores: Não motivo não, por que se eu não faço como motivaria alguém a fazer.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

Gestor: Só quando nos pedem.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não! Como já lhe disse. Não realiza por que é raro ajudarmos.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha integralmente seu projetos/ou ações social, que ajuda?

A questão 2.5, não foi abordada tendo em vista o gestor não praticar RS e este estavam com a agenda comprometida.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Não sei muito se eles perceberem, por que eu ajudo a comunidade às vezes, como te disse quando tenho dinheiro sobrando, e não faço isto com intuito de divulgar minha empresa. Mas acho sim que eles percebem que sou uma empresa responsável socialmente por andar certinho com meus impostos.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: Não tem nenhum benefício, até porque pratico algumas ações de vez em quando com te disse. E mesmo assim, também é igual o que eu te disse, não acredito que seja obrigação da empresa, e eu não acredito que quem faça ações deste jeito vá ter algum retorno financeiro.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Olha é bem raro mesmo, só para você ver faz pelo menos uns 4 meses que não ajudo.

Roteiro de Pesquisa 19

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 19			Ramo Atividade máquinas para escritório		Quantidade funcionário 06 funcionário		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 75.000,00	
			data de fundação 1991		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce PROPRIETÁRIO		Tempo na Função 17anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo?	
01	02	03	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
X			X		X		X	
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares:								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista Empresa 19

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor: É fazer alguma ação para ajudar o meu próximo, ajudar às entidades, a igreja, em fim a comunidade onde eu moro ou tenho minha empresa.

E a Responsabilidade social da empresa é quando minha empresa ajuda alguma destas instituições, ou quando eu ajudo a igreja e outras entidades aqui na comunidade.

Já a filantropia? Bem acho que é estas instituições com a APAE, Casa André Luis, AACD, acho que é esta instituições.

02) Entrevistador: Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: A sim, sem duvida. Olha eu acerto meus impostos em dia, pago meus funcionários na data, quando posso, estou ajudando a comunidade.

2.1. Entrevistador: E para a comunidade? Que ações o SR pratica?

Gestor: Ajudo as pessoas que necessitam na comunidade, colaboro com a igreja, também trabalhamos com a associação aqui do bairro, nos eventos que eles realizam aqui no bairro. Como por exemplo, a festa das crianças no dia 12 de outubro. Tem também as instituições que eu ajudo, como o hospital do câncer, e o orfanato

Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Sempre que possível estou ajudando as instituições é quase todo mês, e quando dá eu dou uma cesta básica também aos Vicentinos, já a associação do bairro quando eles fazem algum evento.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais?

Como?

Gestores: Eu convido eles quando vai ter alguma coisa, mas não é sempre que eles querem ir. Fora isso eu não fico insistindo.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

Gestor: Eu acho que poderia disser que é com parceria, porque quando participamos na comunidade com alguma coisa é através destes companheiros que te citei anteriormente. Sozinho nunca fiz nada para a comunidade.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não!

Entrevistador: Mas Por quê?

Gestor: Por que, os fornecedores em sua maioria são grandes, e para que eles possam ajudar é necessário que esteja tentando um apoio bem antes, e é difícil eles ajudarem. Já com os clientes é mais complicado né, agente não vai ficar pedindo ajuda para eles, é meio estranho não? Então é melhor não ir atrás disto.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha integralmente seu projetos/ou ações social, que ajuda?

Gestor: Olha sempre que posso gosto de ir ver os eventos, até trabalhar é legal. É bom a gente participar e com isto você vê onde a sua contribuição está indo.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Como eles percebem? Bom acho que pelo fato da empresa estar sempre saindo no jornal do bairro nos eventos realizados aqui na comunidade, como na festa das crianças, onde nós éramos um dos principais patrocinadores. A imagem da empresa é vista com bons olhos pelos nossos clientes. Alguns até já chegaram a comentar e nos parabenizar pela nossa atitude. Então acredito que isto seja um diferencial, mas não posso confirmar.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Gestor: A sem duvida sim. Como te falei alguns clientes até elogiam a nossa atitude de ajudar desta forma, eu acredito que na hora de fechar o negocio ajuda bem esta posição nossa de ajudar a comunidade.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: A última ajuda foi a APAE e a AACD, agora em outubro, mas sempre to ajudando quando posso, sabe, não espero me procurarem,

Roteiro de Pesquisa 20

Bom dia/tarde!

Meu nome é Valmir, e sou aluno mestrando da Universidade Metodista de Piracicaba. Estou realizando uma pesquisa que aborda o tema de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Nossa conversa é confidencial; nenhuma informação obtida será vinculada, e a finalidade deste estudo é estritamente acadêmica. É importante, para nosso estudo, que as informações relatadas por você sejam verdadeiras.

Síntese de indicadores da empresa (preenchido pelo pesquisador):

Empresa 20			Ramo Atividade Produtos de metal		Quantidade funcionário 12 funcionários		Qual a média de Faturamento Bruto R\$ 35.000,00	
			data de fundação Março/2001		É exportador Não		Certificação RSC Não	
Administrador			Função que exerce Gerente		Tempo na Função 5anos		Formação Graduação	
Práticas de turnos de trabalho, quantos?			Horas extra é prática comum na empresa?		Tem planos de cargo e salário?		Tem algum plano de incentivo de treinamento contínuo	
01 X	02	03	Sim X	Não	Sim	Não X	Sim	Não X
Quais benefícios têm para seus funcionários e familiares: Convenio médico								

Roteiro de pesquisa:

1. Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E Filantropia?
2. Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?
 - 2.1 Quais trabalhos sociais sua empresa desenvolve na comunidade? E qual frequência?
 - 2.2 O senhor motiva os seus funcionários a participarem das ações sociais? Como?
 - 2.3 A sua empresa realiza ações de RSC sozinha ou em parcerias com outras Instituições?
 - 2.4 Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?
 - 2.5 Sua empresa acompanha integralmente seu projetos/ou ações social?
3. Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?
4. Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?
5. Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Entrevista da empresa 20

01) Entrevistador: Para o Sr o que é Responsabilidade Social? E a Filantropia?

Gestor- Responsabilidade Social para mim, quando pessoa ajuda as pessoas da melhor forma que puder. Quanto responsabilidade Social da minha empresa é a mesma coisa, só o que muda, é que acabo realizando estas ações com ela. Ou seja, é ajudar as entidades que ajudam as pessoas necessitadas, as organizações não governamentais, asilos, casa de caridade, a comunidade em geral. Já a filantropia é quando eu dou dinheiro para estas instituições que acabei de citar.

Há sim, também a minha empresa faz Responsabilidade social toda vez que contrata e paga seus impostos etc..

02) Entrevistador: Sua empresa pratica ações de Responsabilidade Social?

Gestor: Eu pratico sim sabe, olha é igual eu disse quando eu ajudo a minha comunidade eu estou fazendo certo? Então eu ajudo a Igreja aqui do bairro, ajudo o orfanato Sol e Luz, Casa da Esperança que é um centro espírita que faz um trabalho aqui na comunidade. Em fim acho que é isto.

Entrevistador: E na empresa?

Gestor: Bom.. Dentro da comunidade, opa! Dentro da empresa? Eu acho que também por que eu trato meus funcionários bem, pago em dias eles, não sonego.

2.1. Entrevistador: Com qual frequência estas ações acontecem?

Gestor: Da comunidade? É quase todo mês agente ajuda alguma instituição.

2.2. Entrevistador: O senhor motiva seus funcionários a participarem das ações sociais?

Como?

Gestores: Sim sempre que estamos conversando informalmente, falo para eles da importância de ajudar alguém necessitado, convido-os para participarem comigo. É desta forma que eu motivo eles.

2.3. Entrevistador: Sua empresa pratica estas ações de Responsabilidade social sempre que possível sozinha ou em parcerias?

Gestor: è como te disse, prático ajudando outras entidades, desta forma acredito que é com parceria.

2.4. Entrevistador: Há participação conjunta em ações sociais com seus fornecedores ou clientes?

Gestor: Não. Nem fornecedores e nem clientes.

Entrevistador: Mas Por quê?

Gestor: Olha por que não! Os fornecedores é difícil conversar sobre este assunto e o cliente porque não tenho “cara de pau” de pedir ajuda. Agora se eles me convidarem e eu puder ajudar farei com prazer.

2.5. Entrevistador: O Sr acompanha integralmente seu projetos/ou ações social, que ajuda?

Gestor: Quando sou convidado para participar e tenho tempo acompanho, mas é bem difícil fazer isto, pela falta de tempo. Mas eu acredito que as ajudas minhas são bem usadas.

03) Entrevistador: Como os seus clientes percebem as ações sociais que a empresa realiza?

Gestor: Sei lá não! Se eles ficarem sabendo acho que eles vão gostar, mas eu particularmente não divulgo nada que faço, procuro o anonimato.

04) Entrevistador: Em sua opinião as ações de RS trazem algum benefício à sua empresa?

Olha acredito que ajude o ambiente de trabalho, mas só isso porque para a parte financeira da empresa não.

05) Entrevistador: Qual a última ação ou projeto social desenvolvido por sua empresa? Quando foi?

Gestor: Bom eu ajudo todo mês, e a última ajuda aconteceu agora no início de outubro, onde eu ajudo o orfanato com uma cesta básica, mas já tem um evento aqui no centro espírita no final do mês que eu vou ajudar também, inclusive eu vou trabalhar no evento que agente vai fazer para as crianças.