

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA O MEIO AMBIENTE E À SOCIEDADE UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA SV INSTALAÇÕES

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A CONTRIBUTION TO THE ENVIRONMENT AND SOCIETY - A CASE STUDY ON THE COMPANY SV FACILITIES

ARLENILDA FARIAS DO AMARAL SILVA^{1*}, CLAUDETE INÊS KRONBAUER²

1. Acadêmica do curso de Administração no Instituto de Ensino Superior Fucapi – Manaus - AM; 2. Mestre em Filosofia pela Universidade de São Paulo – USP/SP. Professora no Instituto de Ensino Superior Fucapi – Manaus - AM.

*Rua Lauro Bitencourt n° 285, Santo Antônio, Manaus-Amazonas, Brasil. CEP:69029-060. arlenildafarias@bol.com.br

Recebido em 24/11/2015. Aceito para publicação em 15/12/2015

RESUMO

A Responsabilidade Empresarial frente ao meio ambiente tem ganhado destaques e é analisada como um conjunto de atividades em que as empresas estão preocupadas em manter uma política de Gestão Ambiental integrada à Responsabilidade Social. O presente artigo tem como método a abordagem quantitativa quanto à formatação das respostas, e qualitativa na questão aberta disponibilizada. Quanto aos meios classificam-se como bibliográfica e estudo de caso, quanto aos fins, explicativa, descritiva e exploratória. O objetivo é demonstrar a relação de troca entre organização e sociedade na aplicabilidade do Programa Social de Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis na empresa SV Instalações. Os resultados apontam aspectos positivos da postura da empresa, para tanto, a conscientização faz parte do dia-a-dia de cada funcionário, a relevância diz respeito ao investimento que começa na própria empresa, na busca contínua do bem-estar dos seus funcionários, além de incentivar e investir no crescimento pessoal, profissional e social.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão Ambiental, Responsabilidade Social, Coleta Seletiva.

ABSTRACT

The Corporate Responsibility towards the environment has gained highlights and is analyzed as a set of activities in which businesses are concerned about maintaining an Environmental Management integrated policy on Social Responsibility. Currently companies have sought such a stance to suit the demands of the globalized world. This article is the quantitative method approach to formatting of the responses, and in qualitative open question available. As for the means are classified as literature and case studies, as to the purposes, explanatory, descriptive and exploratory. The goal is to demonstrate the exchange ratio between organization and society on the applicability of Social Program of Recyclable Materials Selective Collection in the company SV facilities. The results show positive aspects of the company's position, therefore, awareness is

part of day-to-day for each employee, relevance concerns the investment begins at the company, continuously striving welfare of its employees, and encourage and invest in personal, professional and social growth.

KEYWORDS: Environmental Management, Social Responsibility, Selective Collection.

1. INTRODUÇÃO

As empresas ao longo dos anos têm se preocupado em fortalecer cada vez mais suas imagens perante a sociedade e o meio organizacional, avançando em práticas estratégicas, envolvendo preocupações de ordem político-social, redução do impacto ao meio ambiente e investimento no desenvolvimento da Gestão Ambiental e Responsabilidade Social, segundo Ashley (2003).

A Responsabilidade Social é encarada pelo mundo empresarial como nova estratégia, que maximiza o lucro e potencializa o desenvolvimento, isso decorrente de uma maior conscientização dos consumidores, que procuram produtos geradores de melhorias para o meio ambiente e para a comunidade, valorizando aspectos éticos inerentes à cidadania (ASHLEY, 2003).

Conforme Tachizawa (2002), os tempos atuais são marcados pelas atitudes rígidas dos clientes, voltada à expectativa de interagir com organizações que possuam boa imagem institucional, que sejam éticas, e que atuem de forma responsável e ecológica.

Mancini et al, (2003), afirmam que a adoção de novas práticas de gestão integram os interesses organizacionais mais diversos tais como: econômico, desenvolvimento social e proteção ao meio ambiente.

Assim, a Responsabilidade Social surge como uma nova maneira de condução dos negócios e estratégias

para a realização da visão de futuro das empresas harmonizadas com os objetivos de garantir o desenvolvimento social da comunidade na qual está inserida.

O objetivo desta pesquisa é apresentar a relação de troca entre organização e sociedade na aplicabilidade do Programa Social de Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis na empresa SV Instalações.

Considera-se a importância desta pesquisa, na oportunidade de analisar o programa de coleta seletiva de materiais recicláveis, na relação entre meio ambiente, responsabilidade social e empresarial, e como essa relação pode ser aproveitada no meio organizacional. Ressalta-se também a importância do aprofundamento de conhecimentos quanto ao tema e compreensão da Responsabilidade Social Empresarial e dos benefícios que a mesma pode agregar para organização.

Em decorrência da aceleração crescente do ritmo das mudanças tecnológicas, sociais, ambientais, a globalização dos mercados e aumento da concorrência, as pessoas passaram a se importar mais com as questões relacionadas ao meio ambiente, aos direitos humanos e às comunidades. Tais mudanças também levam a questionar os papéis e a responsabilidade das organizações na sociedade diante dos problemas socioambientais, para tanto, as empresas veem-se diante da necessidade de desenvolver estratégias para obter maior rentabilidade financeira e ao mesmo tempo reduzir seus custos e ampliar políticas sociais.

Com base no exposto, esta pesquisa busca responder a relevância da aplicabilidade dos valores agregados à empresa face ao Programa de Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis na organização.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O presente artigo foi um estudo de caso a empresa SV Instalações, do segmento comércio varejista de materiais elétricos, no município de Manaus/Amazonas. Foram sujeitos da pesquisa o diretor da empresa e 20 funcionários selecionados aleatoriamente de um universo de 180 funcionários, tem como método a abordagem quantitativa no que tange à formatação das respostas, nas quais oferecemos aos entrevistados opção fechada e qualitativa na questão aberta disponibilizada, em atenção às questões apresentadas, mesmo que fechadas, baseiam-se na percepção dos participantes da pesquisa. Quanto aos meios classificam-se como bibliográfica e estudo de caso, quanto aos fins, explicativa, descritiva e exploratória.

O objetivo desta pesquisa foi apresentar a relação de troca entre organização e sociedade na aplicabilidade do Programa Social de Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis na empresa SV Instalações.

A aproximação com os participantes da entrevista se deu através do contato realizado com a coordenadora do

programa, que se prontificou em fornecer as informações e tão logo a autorização para realização da pesquisa e aplicação do questionário, este por sua vez, realizado em duas etapas, no primeiro dia fora aplicado cinco questionários e o do diretor e no segundo dia, os outros quinze. O questionário é composto por nove (09) questões para os funcionários e quinze (15) questões para o diretor. Com base no exposto, o trabalho foi realizado de forma a observar, registrar, analisar e interpretar os dados coletados.

3. ESTUDO DE CASO

A SV Instalações (SVI) iniciou em 1992 suas atividades comerciais com o nome SV Instalações, com atividades em projetos e instalações elétricas industriais. Com o crescimento de suas atividades, continuou investindo e fazendo parcerias com as melhores marcas do mercado. Assim, em 2004 a SVI inaugurou sua nova sede localizada na Rua Joaquim Pinheiro, nº495, bairro Nossa Senhora das Graças, Manaus/Amazonas, com área de 4.814m², criando maiores condições de ambiente para venda de materiais elétricos.

Atualmente a empresa conta com um galpão produtivo e carros próprios, conta também com 180 funcionários, dos quais executam suas funções nos setores: gerência, produção, vendas de salão, televendas, administrativo, financeiro, compras, auxiliar de serviços gerais, recepção, expedição interna, expedição externa e motos dedicados e comprometidos em fornecer sempre o melhor serviço na distribuição de produtos. A empresa atualmente é referência quanto ao mix de produtos, seu principal ponto forte é a variedade de opções em materiais elétricos. A Missão da empresa é apresentar soluções que ajudem o cliente na construção de seu sonho ou no desempenhar de sua função, sempre valorizando o bem estar e o relacionamento com todos que compõem o segmento de mercado, visando sempre o bem comum da sociedade em geral. Tem como Visão, tornar-se uma loja referencial de excelência em produtos de construção em geral na cidade de Manaus, tem como Valores, ter a preferência do cliente, satisfação das pessoas acima de tudo, excelência com profissionalismo e simplicidade, foco em objetivos e metas, integridade, honestidade e ética com parceiros e clientes, sustentabilidade econômica social e ambiental.

Principais Marcas de distribuição: Suvini, Pial Legend, Induscabos, Philips, Gedore, Irwin Ferramentas, Tigre, Intelli, Schneider Eletric entre outros.

A empresa mantém convênios com entidades tais como: CIEE e IEL, que possibilitam o aperfeiçoamento e qualificação aos funcionários, também oferece oportunidade de primeiro emprego em forma de estágio aos jovens aprendizes. Nos últimos anos, a SVI tem buscado a modernização constante em sua unidade de atendi-

mento, logístico e distribuição, tendo como principal instrumento o uso intensivo da tecnologia da informação e várias ações estratégicas com outras organizações, cujo objetivo é preparar-se para o mercado cada vez mais competitivo, sem esquecer as práticas de ações sociais e ambientais.

A responsabilidade social inicia na própria empresa, na busca contínua do bem estar dos seus funcionários, nas práticas em oferecer melhor qualidade de vida, investimento no crescimento profissional e pessoal de cada envolvido no processo. A organização responsável prevê os impactos adversos que podem decorrer da execução das atividades, seja de caráter administrativo ou operacional e toma as ações preventivas e proteção necessárias, sempre observando os princípios de desenvolvimento sustentável e proteção ao meio ambiente.

A SV Instalações iniciou a coleta seletiva com finalidade de oferecer a destinação ambientalmente correta aos resíduos, além de desenvolver e estimular a inclusão social, proporcionando aos catadores desenvolverem atividades profissionais e conquistarem autonomia com a geração de renda, com isso tem como parceria a ARPA (Associação de Reciclagem e Preservação Ambiental), que recolhe semanalmente os resíduos.

Visando comodidade e melhor atendimento aos seus clientes está construindo uma filial com área total do terreno de 18.859,35 m², localizado na Alameda Cosme Ferreira, nº2116 – Aleixo Manaus/ AM. Com previsão para término das obras no final de 2016. Na obra também é realizado o processo separação e triagem dos materiais tais como: madeira, ferros, saca de cimento e plásticos, todos armazenados em cabines facilitando a triagem e coleta pela empresa ARPA.

A empresa relata ainda que o quantitativo de materiais recolhidos e entregues mensalmente à ARPA tem uma média de 3.396 kg para papelão e de 2.207 kg para plástico, a coleta seletiva também funciona como processo de educação ambiental transformando e sensibilizando funcionários sobre os problemas do desperdício de recursos naturais e poluição causada pelo lixo. A Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis é uma solução proativa encontrada para que a empresa conscientize seus funcionários, fornecedores, clientes, tenha rapidez nos processos internos, colabore com a preservação do meio ambiente, garantindo assim, uma melhor qualidade de vida para os envolvidos e para instituição que é beneficiada com a doação desta coleta, atingindo assim, suas metas e objetivos.

Dados da análise

O resultado da pesquisa é originado da resposta dos 20 questionários dos funcionários das mais diversas áreas, incluindo o diretor geral. A 1ª questão tinha como objetivo verificar o grau de percepção dos funcionários quanto à postura da empresa em implantar o programa

de coleta seletiva de materiais recicláveis.

1- Como você avalia a atitude da empresa em implantar o programa de coleta seletiva?

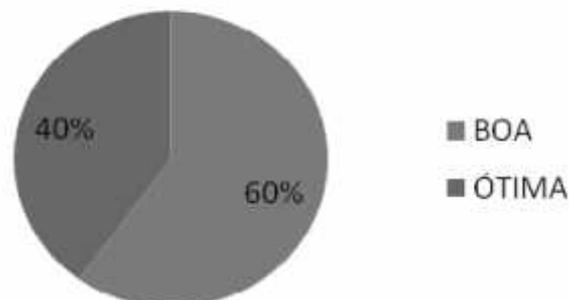


Figura 2. Avaliação da atitude da empresa. Fonte: Dados da pesquisa.

Ao analisar as respostas percebe-se que é atribuído o grau de importância à atitude da empresa, tal é vista com bons olhos, fator que muito contribui para o fortalecimento da marca e imagem perante os envolvidos, o que torna-se um grande diferencial competitivo.

A sociedade está cada vez mais exigente e crítica no que diz respeito à poluição proveniente das empresas, danos ocasionados ao meio ambiente e exigindo o cumprimento da legislação ambiental, a minimização de impactos e a reparação de danos ambientais. As empresas por sua vez assumindo tal postura adquirem melhor imagem institucional e qualidade nas relações que estabelece com todos os seus *stakeholders* (DONAIRE, 1999).

As questões 2, 3, tinham como objetivos identificar o grau de envolvimento dos funcionários na operacionalização do programa de coleta seletiva de materiais recicláveis.

2-Você se sente motivado em participar do programa de coleta seletiva?

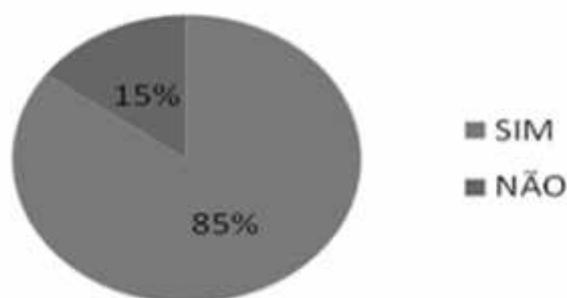


Figura 3. Motivação em participar do programa de coleta seletiva. Fonte: Dados da pesquisa.

A questão 2, demonstra que cerca de 85% dos funci-

onários (Fig.3) se sentem motivados em participar do programa de coleta seletiva, e na questão 3, cerca de 80% (Fig.4) afirmam ter excelente participação nas atividades da empresa conforme objetivos empresarias.

3-O que você acha de sua participação no programa de coleta seletiva?

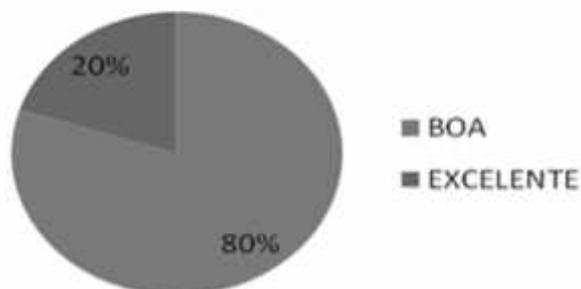


Figura 4. Participação no programa de coleta seletiva. Fonte: Dados da pesquisa.

É do interesse da empresa melhorar a comunidade na qual estão localizadas e onde fazem seus negócios. Melhorias na comunidade implicam benefícios para a empresa.

De acordo com Nash (2001) a Responsabilidade Social é facilmente relacionada a aspectos positivos resultantes da adoção de tal postura, tais como: Fortalecimento da marca e da imagem corporativa, fidelidade pela marca, aumento da carteira de clientes, envolvimento dos funcionários e criação de parcerias.

As questões 5, 6, 7 e 9, visam identificar o grau de conscientização dos funcionários no programa de coleta seletiva.

5-Você sabe dos benefícios que a coleta seletiva pode proporcionar à sociedade e ao meio ambiente?

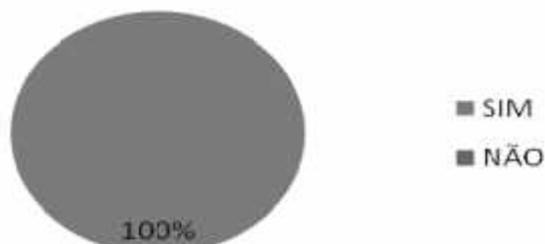


Figura 5. Sabe dos benefícios que a coleta seletiva pode proporcionar à sociedade e ao meio ambiente? Fonte: Dados da pesquisa.

Na questão 5 é possível perceber a unanimidade das respostas dos funcionários em informarem saber dos benefícios que a coleta seletiva pode proporcionar à sociedade e ao meio ambiente (Fig. 5).

Na questão 6, nota-se grande preocupação ao adquirir um produto, visto que, cerca de 80% responderam

que ao adquirir um produto observam se pode ser de material reciclado (Fig. 6), e na questão 7 cerca de 90% responderam ter preocupação em diminuir a quantidade de lixo despejados no meio ambiente (Fig. 7).

6-Na hora de adquirir um produto você observa se ele é de material que pode ser reciclado?

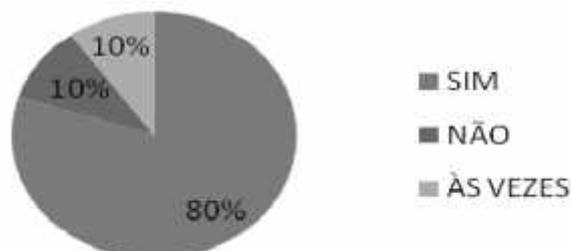


Figura 6. Observação na hora de adquirir um produto. Fonte: Dados da pesquisa

7-Você tem preocupação em diminuir a quantidade de lixo despejados no meio ambiente?

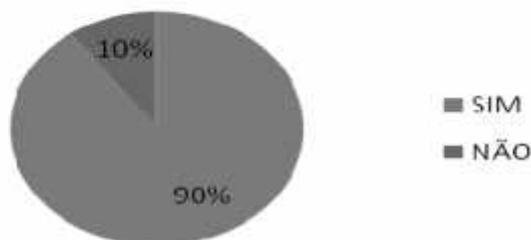


Figura 7. Preocupação em diminuir a quantidade de lixo no meio ambiente. Fonte: Dados da pesquisa.

Neste sentido para Karkotli e Aragão (2005), a consciência mais evoluída e reivindicadora da sociedade exige dos administradores a primazia da qualidade, segurança e eliminação de práticas que causem impactos nocivos ao ambiente natural. Traduz a ideia de que a responsabilidade social de uma organização não se expressa unicamente através dos investimentos em ações filantrópicas ou iniciativas voluntárias na comunidade.

9-Você já comprou algum produto ou objeto construídos de material reciclado?

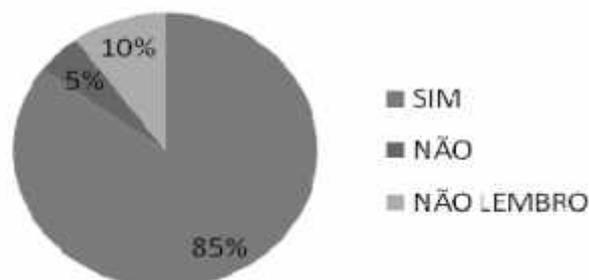


Figura 8. Já realizou a compra de algum objeto construído de material reciclado. Fonte: Dados da pesquisa.

Na questão 9, cerca de 85% responderam já ter comprado algum produto ou objeto construídos de material reciclado (Fig.8), ou seja, demonstra que os esforços para conscientização e qualificação surtem efeitos positivos impulsionando maior adesão na busca dos objetivos da organização e transformando os envolvidos em multiplicadores de boas práticas para à sociedade. Para Drucker (1996), é através do setor social que uma sociedade moderna consegue gerar cidadania responsável e proativa, dando aos indivíduos e principalmente às pessoas de conhecimento, o marco de atuação de onde podem fazer a diferença na sociedade e refazer a comunidade.

Registram-se ainda, as sugestões dos funcionários para que a campanha de coleta seletiva tenha uma maior proporção de divulgação através de palestras e dinâmicas.

No questionário aplicado ao diretor é perguntado se a organização acredita que a coleta seletiva favorece a imagem da empresa, o mesmo informa que sim, e que tem consciência da importância de preservar o meio ambiente e contribuir para a sociedade, o diretor confirma que o material proveniente da coleta seletiva é doado para instituição, que por sua vez, efetua o destino correto, e que a empresa proporciona treinamentos e capacitação aos funcionários. Nota-se que a empresa busca sensibilizar a problemática da produção e destinação do lixo, fazendo parte da responsabilidade social da organização e para tanto a aceitação por parte dos funcionários fora imediata. O desafio é manter continuamente esse envolvimento e aprofundar o estudo das questões com os colaboradores, discussões e vivências, de tal modo que haja realmente uma conscientização de atitudes e valores compatíveis com a educação ambiental.

Dessa maneira uma empresa ambientalmente responsável procura minimizar os impactos negativos e ampliar os positivos. Qualquer organização gera uma ação comum a partir da união de forças. Para que isso ocorra, a organização não pode existir sem antes haver uma formação/capacitação do grupo, educando a todos para a ação crítica e consciente que garanta os princípios e os objetivos da organização através de uma gestão democrática e transparente.

A presente pesquisa objetivou apresentar a relação de troca entre organização e sociedade na aplicabilidade do Programa Social de Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis na empresa SV Instalações. Notam-se aspectos positivos resultantes da postura da empresa tais como: funcionários conscientes dos problemas advindos da destinação incorreta do lixo e dos males que causam ao meio ambiente, uma imagem positiva da empresa e credibilidade frente seus empregados, proporciona a experiência educativa que reflete na percepção do meio ambiente, a motivação expressada pelos funcionários em participar do projeto e a grande preocupação em diminuir

ir a quantidade de lixo despejados no meio ambiente. Para tanto, Melo Neto e Froes (2001), afirmam que as ações socialmente responsáveis desenvolvidas pela empresa, conduzem resultados positivos, tanto internamente, quanto externamente. Internamente, aumentam a produtividade, maior motivação, autoestima, e orgulho entre os funcionários. Externamente seus resultados são: institucionais, ordens sociais, mídia e econômicos, fortalecer os relacionamentos com os mais diversos públicos, além de promover o desenvolvimento sustentável.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

Gestão ambiental

A Gestão Ambiental surgiu da necessidade do ser humano organizar melhor suas diversas formas de se relacionar com o meio ambiente (MORALES, 2006).

Para Dias (2006), a gestão ambiental é a expressão utilizada para a gestão empresarial que se norteia para não causar problemas para o meio ambiente.

A Gestão Ambiental é tida como um processo participativo, integrado e contínuo, que visa promover a compatibilização das atividades humanas com a qualidade e a preservação do patrimônio ambiental (SABBAGH, 2011).

No atual contexto, a gestão ambiental está voltada para organizações como fator de competitividade e produtividade, uma vez que, condutas éticas e socialmente responsáveis transformam-se em indicadores de bons resultados.

Os fundamentos que levam as empresas a adotar e praticar a gestão ambiental são vários. Podem ser desde procedimentos obrigatórios em atendimento à legislação ambiental, até a fixação de políticas ambientais que visem à conscientização e participação de todos os envolvidos na organização (LANFREDI, 2002).

Os bens naturais tais como a água e o ar já não são mais bens livres ou grátis. Algumas indústrias e empresas com tecnologias avançadas precisam de áreas com relativa pureza atmosférica, pois têm consciência que o ar puro custa bem mais caro (AFONSO, 2005).

Segundo Lanfredi (2002), a busca de procedimentos gerenciais ambientalmente corretos incluindo a adoção de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), encontra inúmeras razões que justificam a sua adoção. Os fundamentos predominantes podem variar de uma organização para outra.

Neste aspecto Afonso (2005), acrescenta que os recursos naturais (matérias-primas), são limitados e estão intensamente afetados pelos processos de utilização, exaustão e degradação, decorrentes de atividades privadas ou públicas, por isso, estão mais escassos, caros ou

se encontram legalmente mais protegidos.

A sociedade está cada vez mais exigente e crítica no que diz respeito à poluição proveniente das empresas, danos ocasionados ao meio ambiente e exigindo o cumprimento da legislação ambiental, a minimização de impactos e a reparação de danos ambientais. As empresas por sua vez, assumindo tal postura adquirem melhor imagem institucional e qualidade nas relações que estabelece com todos os *stakeholders* (DONAIRE, 1999).

Coleta seletiva

Segundo dados informados pela Associação Brasileira de Empresa e Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE, 2012), a geração de lixo *per capita*, quase dobrou nos últimos anos, chegando à segunda década do milênio a 1,2 quilo por pessoa, por dia, o lixo cresce bem mais que a taxa de urbanização, em termos legais.

A produção do lixo é inevitável, muito é atribuído ao consumo além do que é necessário. Reduzir a quantidade de resíduos é uma tarefa inadiável para a sustentabilidade do planeta. Essa é a base que fundamenta o conceito dos 3R- Reduzir, Reutilizar e Reciclar (ABRELPE, 2012).

A crescente geração de lixo resultante do consumo desvairado, não acompanha às alternativas de disposição em aterros, ou mesmo o descarte adequado, ocasionando grandes impactos ao meio ambiente.

Para Vieira (2006), a coleta seletiva como técnica de gerenciamento integrado, é uma atividade realizada para recolher tipologias de lixo potencialmente recicláveis, previamente separadas pelas fontes geradoras. Técnica que contribui para redução da quantidade de lixo depositados na natureza, nos aterros e lixões, reduz os impactos ambientais e a poluição, também gera oportunidades, tais como emprego e renda aos catadores que se empenham em atender a demanda das indústrias de reciclagem.

A triagem corresponde em selecionar os materiais do lixo, tais como, vidros, plásticos, papéis, e metais, com objetivo de torná-los servíveis novamente. Esses materiais são transformados e reintroduzidos no mercado de consumo.

Para separação do material, utilizam-se os recipientes identificados por cores e tipos de material com as devidas características: azul para descarte de papel; verde para vidro; amarelo para metal; vermelho para plástico; marrom para orgânico; cinza para rejeitos; preto para madeira; branco para materiais de uso hospitalar; roxo para radioativos. É muito importante estabelecer um local prático e de fácil acesso para a exposição dos recipientes. Alguns produtos e embalagens recicláveis já possuem o símbolo de reciclagem para facilitar na hora o

que vai ou não para a coleta seletiva.

Lixo e a reciclagem

A reciclagem ganhou destaque devido incentivo à implantação de programas de coleta seletiva. Conforme relato de Calderoni (1997, p.140), “a coleta seletiva iniciou oficialmente na Itália, no ano de 1941, em grande parte como decorrência das dificuldades acarretadas pela Segunda Guerra Mundial”. Calderoni (1997), relata ainda que, a primeira experiência sistemática de coleta seletiva de lixo realizada no Brasil, ocorreu no bairro de São Francisco na cidade de Niterói em 1987.

O maior exemplo de reciclagem vem da própria natureza, como ressalta Capra (1996),

Sendo sistemas abertos, todos os organismos de um ecossistema produzem resíduos, mas, o que é resíduo para uma espécie, para a outra é alimento, de modo que, os resíduos são continuamente reciclados e o ecossistema como um todo, geralmente permanece isento de resíduos (CAPRA, 1996, p.147).

A reciclagem deve ser precedida de um assíduo programa de reavaliação dos comportamentos de consumo, de maneira que, todos envolvidos percebam claramente o impacto de cada uma das suas escolhas individuais e também o impacto de suas ações quanto às sobras do consumo (RIBEIRO, 2005).

Responsabilidade social

De acordo com Ashley (2003),

A Responsabilidade Social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, por meio de ações e atitudes que a afetem positivamente, agindo proativamente e coerentemente no que tange seu papel e prestação de contas para com a sociedade. A organização assume obrigações de caráter moral, além das já estabelecidas por lei, mesmo que não sejam diretamente vinculadas às suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade (ASHLEY, 2003, p.6).

Responsabilidade Social diz respeito ao cumprimento dos deveres e obrigações dos indivíduos e empresas para com a sociedade de um modo geral. Segundo A Comissão das Comunidades Europeias (2011), Responsabilidade Social das Empresas é, “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas”, ou seja, as empresas decidem numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo.

Neste sentido para Karkotli e Aragão (2005), a consciência mais evoluída e reivindicadora da sociedade

exige dos administradores a primazia da qualidade, segurança e eliminação de práticas que causem impactos nocivos ao ambiente natural. Traduz a idéia de que a Responsabilidade Social de uma organização não se expressa unicamente através dos investimentos em ações filantrópicas ou iniciativas voluntárias na comunidade.

Graus de envolvimento na responsabilidade social

Segundo Montana e Charnov (2000, p.40), as organizações empresariais assumiram níveis diferentes de sensibilidade social. Três caminhos surgiram:

- A Abordagem da Obrigação Social – supõe que as únicas obrigações de responsabilidade social da empresa são aquelas exigidas por lei. A empresa realiza apenas obrigações sociais, não assumindo esforço voluntário.

- A Abordagem da Responsabilidade Social – reconhece que a empresa tem responsabilidades econômicas e sociais. A responsabilidade econômica é a otimização dos lucros. A Responsabilidade Social consiste em lidar com os problemas e dificuldades da sociedade até o ponto em que o bem estar econômico da empresa não é afetado negativamente.

- A Abordagem de Sensibilidade Social – supõe que a empresa não tem apenas metas econômicas e sociais, mas que também precisa se antecipar aos problemas sociais do futuro e agir disponibilizando recursos em resposta a esses problemas, sendo este que mais exige das empresas.

Segundo Drucker (1996), é através do setor social que uma sociedade moderna consegue gerar cidadania responsável e proativa, dando aos indivíduos e principalmente às pessoas de conhecimento, o marco de atuação de onde podem fazer a diferença na sociedade e re-fazer a comunidade.

Responsabilidade social empresarial

Para o Instituto Ethos (2004), a Responsabilidade Social Empresarial tem a definição que é uma forma de gestão definida pela relação ética e transparente da empresa, perante todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando os recursos ambientais e culturais para futuras gerações.

A crescente conscientização da sociedade vem transformando gradualmente o modelo tradicional de atuação empresarial, baseado na obtenção de lucratividade sem levar em conta da comunidade no seu entorno, é cada vez mais questionado pelas suas atitudes (KARKOTLI E ARAGÃO, 2005).

A responsabilidade da empresa em relação à sociedade existe à medida que, as organizações prestam ser-

viços à comunidade e como tais, são responsáveis pelo seu bem-estar.

De acordo com Gomes (2007),

A Responsabilidade Social Empresarial é vista como uma obrigação moral da gestão empresarial, ou como resultado de pressão da sociedade organizada por políticas e legislações que protejam os direitos humanos, promovam melhores condições de trabalho e preservem o ambiente para às presentes e futuras gerações. (BORGER, 2003 apud GOMES, 2007, p.178).

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.

De acordo com a Comissão das Comunidades Europeias (2011), as organizações responsáveis seguem um modelo de gestão baseado no “*Triple Bottom Line*”, também conhecido por 3Ps (*People, Planet e Profit*-Pessoas, planeta e lucro) e popularizando como “*Tripé da sustentabilidade*”. As organizações devem ser socialmente e ambientalmente responsáveis sem deixar de ser economicamente sustentáveis.

As dimensões da responsabilidade social

Segundo Ferrel *et alli* (2001), Moreira (1999) e Grajew (2000) abordam quatro dimensões que devem ser observadas: a legal, filantrópica, econômica e a ética.

- Dimensão Legal: é relativa ao cumprimento das leis promulgadas pelos governos, que servem para estabelecer padrões mínimos de conduta e não para determinar o que é ético ou antiético.

- Dimensão Filantrópica: relaciona-se com as contribuições das empresas com a sociedade, em relação à qualidade de vida e bem estar, a sociedade espera que as empresas proporcionem padrão e projetam a qualidade de vida da comunidade.

- Dimensão Econômica: refere-se à maneira que os recursos para a produção de bens e serviços são distribuídos no sistema social;

- Dimensão Ética: A conduta ética da empresa refere-se ao que é certo ou errado, aceitável ou não;

Principais indicadores de responsabilidade social

Karkotli e Aragão (2005), destacam que os indicadores de Responsabilidade Social, são instrumentos que a organização pode utilizar para direcionar as suas estratégias, também avaliar a eficácia das metas e iniciativas planejadas para a parceria e transformação do seu entorno. Em função dos diversos indicadores de Responsabilidade Social existente, e dos diferentes aspectos foca-

lizados, julgou-se conveniente à elaboração de um quadro que resume a essência de cada indicador.

Tabela 1. Indicadores de Responsabilidade Social.

Indicadores	Enfoque
Balanço Social	Demonstra publicamente um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais dirigidos aos empregados, investidores, acionistas e à comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Evidencia a responsabilidade social em valores monetários direcionados às ações sociais, ou seja, apresenta os montantes investidos.
SA 8000	Norma composta por nove requisitos, tendo como referência os padrões de gerenciamento da qualidade ISO 9000 e o padrão de gerenciamento ISO 14000. A norma SA 8000 segue a estrutura que enfatiza a importância da melhoria contínua através de auditoria por órgão independente.
AA 1000	Processo direcionado a dar suportes às organizações no gerenciamento e na comunicação da responsabilidade social. Focaliza as opiniões e necessidades dos <i>stakeholders</i> que devem integrar o processo, orienta o estabelecimento de metas organizacionais que respeitam os interesses de cada parte e sugere indicadores de <i>performance</i> para avaliação dessas metas.
Global Compact	Preconiza o comprometimento da empresa através de uma carta de adesão ao grupo de cooperação internacional, visando à promoção dos direitos humanos, trabalho e meio ambiente, através da troca de experiências socialmente responsáveis.
Indicadores Ethos de Responsabilidade Social	Ferramenta de diagnóstico organizacional que avalia o estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas, facilitando a visualização das ações mais urgentes que devem ser trabalhadas, bem como o posicionando da organização perante um grupo de <i>benchmark</i> .

Fonte: Adaptado a partir de KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. Responsabilidade Social uma contribuição à gestão transformadora das organizações. 2.ed. Petrópolis-RJ, Vozes, 2005.

Vantagens para a prática de responsabilidade social

É do interesse da empresa melhorar a comunidade na qual estão localizadas e onde fazem seus negócios. Melhorias na comunidade implicam benefícios para a empresa.

De acordo com Nash (2001) a Responsabilidade Social é facilmente relacionada a aspectos positivos resultantes da adoção de tal postura, tais como: Fortalecimento da marca e da imagem corporativa, fidelidade pela marca, aumento da carteira de clientes, envolvimento dos funcionários e criação de parcerias.

Loures (2008), ressalta que negócios sustentáveis são aqueles em que estão presentes e atuantes com capacidade de, no mínimo, criar valor econômico-financeiro

sem causar danos ao meio ambiente, ou a terceiros. É fazer com o próprio negócio o bem para o mundo, na medida em que é capaz de atender uma necessidade, gerar lucro e, simultaneamente, causar impactos positivos nas dimensões socioambientais e política. Segundo Ribeiro (2005), a Responsabilidade Social das empresas caminha de mãos dadas com o poder social, já que a empresa é a maior potência no mundo contemporâneo, ela tem a obrigação de assumir uma responsabilidade social correspondente. É um grande desafio para as empresas equilibrar todas suas responsabilidades.

ISO 14001

A ISO 14001 é uma norma internacionalmente reconhecida, orienta o que deve ser feito para estabelecer um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) efetivo. A norma é desenvolvida com objetivo de criar o equilíbrio entre a manutenção da rentabilidade e a redução do impacto ambiental, com o comprometimento de toda a organização. Com ela é possível que sejam atingidos ambos objetivos.

Está na ISO 14001 os requisitos gerais, política ambiental, planejamento da implementação e operação, verificação e ação corretiva, análise crítica pela administração.

Significa que devem ser identificados os aspectos de seu negócio que impactam o meio ambiente e compreender a legislação ambiental relevante à sua situação.

ISO 26000

No dia 1º de novembro de 2010, foi publicada a Norma Internacional ISO 26000 – que versa sobre as Diretrizes sobre Responsabilidade Social, cujo lançamento foi em Genebra, Suíça. No Brasil, no dia 8 de dezembro de 2010, a versão em português da norma, a ABNT NBR ISO 26000, foi lançada em evento na Fiesp, em São Paulo. É a terceira geração de normas ISO, que surge com visão integrada de sustentabilidade econômica, ambiental e social, ou seja, atenção voltada para as partes interessadas e desenvolvimento sustentável.

Segundo a ISO 26000, a Responsabilidade Social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem, considerações socioambientais em seus processos decisórios e responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, assumindo um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Também implica em integrar a Responsabilidade Social como prática em toda organização considerando os interesses de todos os envolvidos.

A ISO 26000 possui sete princípios de responsabili-

dade social que são: prestação de contas e responsabilidade, transparência, comportamento ético, respeito aos interesses dos *stakeholders*, legalidade, normas internacionais, e direitos humanos, apresenta também orientações para todos os tipos de organização independente de seu porte ou localização, sobre conceitos, termos e definições, o histórico, tendências e características, princípios e práticas, os temas centrais, integração e implementação e promoção do comportamento socialmente responsável em toda organização por meio de suas políticas e prática, assim como a identificação e engajamento das partes interessadas, comunicação de compromissos, desempenho e outras informações referentes à Responsabilidade Social.

A ISO 26000 é uma norma de diretrizes e de uso voluntário, não visa fins de certificação. Qualquer oferta de certificação ou alegação de ser certificado pela ABNT NBR ISO 26000 constitui em declaração falsa e incompatível com o propósito da norma.

5. CONCLUSÕES

A Responsabilidade Social pressupõe o reconhecimento da comunidade e sociedade como partes interessadas da organização, com necessidades que precisam ser identificadas, compreendidas e atendidas.

A coleta seletiva contribui para a destinação adequada dos resíduos sólidos urbanos e conseqüentemente com a conservação do meio ambiente. A reciclagem de materiais usados vem se tornando uma prática cada vez mais comum. As pessoas sabem o quanto é importante preservar os recursos naturais e assim garantir uma melhor qualidade de vida para esta geração e as futuras.

A organização é o centro de informação mais esperado para tentar melhorar o meio ambiente. Assim, a evidência da relevância da aplicabilidade dos valores agregados à empresa face à política de Coleta Seletiva de Materiais Recicláveis é apresentada na pesquisa científica. A relevância diz respeito ao investimento que começa na própria empresa, na busca contínua do bem-estar dos seus funcionários, além de incentivar e investir no crescimento pessoal, profissional e social de seus funcionários. A Responsabilidade Social e ambiental que é vista como um compromisso da empresa em relação à sociedade em geral, compreendendo que o papel atual das empresas vai muito além da obtenção de lucro.

Na SV Instalações, os instrumentos para auto-avaliação das práticas empresariais além de constituir-se de uma ferramenta de gestão e planejamento, sugere parâmetros de políticas e ações que a empresa pode desenvolver para aprofundar seu comprometimento com a Responsabilidade Social Empresarial. A empresa busca desenvolver inteligência competitiva para suportar as decisões estratégicas procurando atender às necessidades de desenvolvimento econômico e social buscando sempre a qualidade de vida dos seus funcionários.

REFERÊNCIAS

- [1]. AFONSO F. Natureza e Negócios em Equilíbrio. Revista Planeta. São Paulo. Ano 32, Nº 395, p. 19-37, agosto 2005.
- [2]. ASHLEY PA. (Coord). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2003.
- [3]. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS- ABNT – NBR ISO 14001:2004, Sistema de Gestão Ambiental, requisitos com orientações para uso. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.
- [4]. Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT – NBR ISO 26000:2010, Diretrizes sobre responsabilidade social. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.
- [5]. Associação Brasileira de Empresas de Limpeza e Resíduos Especiais - ABRELPE. Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2012.http://www.abrelpe.org.br/panorama_apresentacao.cfm consulta out 2014.
- [6]. CALDERONI S. Os bilhões perdidos no lixo. 1. ed. São Paulo: Humanitas, FFLCH/USP, 1997.
- [7]. CAPRA F. A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.
- [8]. DIAS R. Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2006.
- [9]. DONAIRE D. Gestão ambiental na empresa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- [10]. DRUCKER PF. Administrando em tempos de grandes mudanças. São Paulo, Pioneira, 1996.
- [11]. FERRELL OC, *et al.* Ética empresarial. São Paulo: Reichmann & Affonso, 2001.
- [12]. GOMES W. Publicidade, visibilidade, discutibilidade 1, Para revisão de conceito de uma esfera pública política. Trabalho apresentado ao grupo de trabalho “Comunicação e política” do XVI encontro da Campós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho 2007. cd.Anais.
- [13]. GRAJEW O. O que é responsabilidade social. Mercado Global, a.27, Nº.107, jun. 2000.
- [14]. INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2003 a. v. II.

- [15]. _____. Responsabilidade Empresarial para Micro e Pequenas Empresas. Passo a Passo. São Paulo: Instituto ETHOS/SEBRAE. Acesso. Out 2014.
- [16]. KARKOTLI G, ARAGÃO SD. Responsabilidade Social uma contribuição à gestão transformadora das organizações. 2.ed. Petrópolis-RJ, Vozes, 2005.
- [17]. LANFREDI GF. Política Ambiental: Busca de efetividade de seus instrumentos. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 12-29, 2002.
- [18]. Livro Verde. Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, 18/07/2001. Comissão das Comunidades Europeias. www.europart.eu.int. Acesso em 03 de out. de 2014.
- [19]. LOURES RCR. Proposições provocativas – ensaios sobre sustentabilidade e educação. Curitiba: FIEPR, 2008.
- [20]. MANCINI S, *et al.* Valores organizacionais na gestão com responsabilidadesocioambiental. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 27., 2003, Atibaia, SP. Anaiseletrônicos. Atibaia, SP: Anpad, 2003.
- [21]. MELO NETO FPFC. Gestão de Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, Ed.2001.
- [22]. MONTANA P, CHARNOV B. Administração. São Paulo: Saraiva, 2000.
- [23]. MORALES AGM. Formação do Educador ambiental: (re)construindo uma reflexão epistemológica e metodológica frente ao curso de especialização em educação, meio ambiente e desenvolvimento - UFPR. In: VI EDUCERE- CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 2006, Curitiba. Anais do VI Educere. 2006. Disponível em: http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2006/anaisEvento/paginas/03_autores-f.htm> Acesso em: 24 de setembro de 2014.
- [24]. MOREIRA JM. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1999.
- [25]. NASH LL. Ética nas Empresas. Tradução de Kátia Aparecida Roque; revisão técnica de Peter Nadas. São Paulo: Makron Books, 2001.
- [26]. RIBEIRO MS. Contabilidade Ambiental. São Paulo: Saraiva 2005.
- [27]. SABBAGH RB. Secretaria do Meio Ambiente. Gestão Ambiental. São Paulo: SMA, 2011.
- [28]. TACHIZAWA T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa. São Paulo: Atlas, 2002.
- [29]. VIEIRA EA. Lixo- Problemática Socioespacial e Gerenciamento Integrado: A experiência da Serra Azul. Tese de Doutorado. São Paulo, 2006.

