

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**NÍVEL DE CONHECIMENTO E PERCEPÇÃO
SOBRE RESPONSABILIDADE EM UMA
EMPRESA DE TRANSPORTE COLETIVO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Patricia Borges de Souza

**Santa Maria, RS, Brasil.
2015**

NÍVEL DE CONHECIMENTO E PERCEPÇÃO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA EMPRESA DE TRANSPORTE COLETIVO

Patricia Borges de Souza

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Ciências Contábeis**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marivane Vestena Rossato

**Santa Maria, RS, Brasil.
2015**

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Ciências Contábeis**

A comissão examinadora, abaixo assinada,
aprova o trabalho de conclusão

**NÍVEL DE CONHECIMENTO E PERCEPÇÃO SOBRE
RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA EMPRESA DE
TRANSPORTE COLETIVO**

elaborado por
Patricia Borges de Souza

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis

COMISSÃO EXAMINADORA:

Marivane Vestena Rossato, Dr. (UFSM)

(Presidente/Orientadora)

Antônio Reske Filho

Ivan Henrique Vey

Santa Maria, junho de 2015

Agradecimentos

Muitas pessoas contribuíram para a realização desse trabalho, e sou grata a cada uma delas, mas primeiramente agradeço a Deus, porque creio que esteve do meu lado durante toda essa jornada, me iluminando e cooperando para que tudo ocorresse da melhor forma.

Em segundo lugar agradeço a uma pessoa muito especial que dedicou grande parte de seu tempo e energia para que esse trabalho fosse concretizado, minha orientadora Marivane, obrigada por ter acreditado em mim, quando nem eu acreditava, obrigada por ter abraçado a minha causa. Agradeço de coração, pois sem a sua paciência, sabedoria e dedicação eu não teria conseguido.

Agradeço as minhas duas mães que me deram amor e se preocuparam comigo durante toda a realização desse trabalho, saibam que o carinho de vocês me motivou a continuar, porque sabia que no fim sentiriam orgulho de mim.

Às minhas irmãs e amigas que sempre estiveram dispostas a me ajudar, emprestando livros, ajudando na tabulação, formatação e até mesmo me passando palavras de conforto e confiança quando precisei.

Ao meu amor, que suportou minha ausência e momentos de estresse, compreendendo que durante esse tempo me dedicaria exclusivamente ao meu trabalho.

Ao meu chefe que, por muitas vezes, permitiu minha ausência para a realização dessa pesquisa.

À empresa Expresso Medianeira Ltda. que abriu as suas portas para que eu pudesse realizar essa pesquisa, em especial a Melissa, responsável pelo departamento de recursos humanos, aos fiscais responsáveis pelos terminais de ônibus e a todos os colaboradores que dedicaram uns minutos de seu dia para responder às questões do formulário.

A todos vocês, muito obrigada!

“Só a participação cidadã é capaz de mudar o país.”

(Herbert de Souza)

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Curso de Ciências Contábeis
Universidade Federal de Santa Maria

NÍVEL DE CONHECIMENTO E PERCEPÇÃO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EXPRESSO MEDIANEIRA LTDA.

AUTORA: Patricia Borges de Souza
ORIENTADORA: Dra. Marivane Vestena Rossato

As organizações que desejam garantir sua continuidade no mercado vão além de suas responsabilidades legais e fiscais, investindo em programas de responsabilidade social, que visam à melhoria da sociedade e também benefícios direcionados ao corpo funcional. A principal finalidade de se investir nos colaboradores é aumentar a produtividade dos mesmos, além de melhorar a qualidade de vida dessas pessoas. Sob a ótica da responsabilidade social o presente estudo teve como objetivo analisar a percepção e o nível de conhecimento sobre responsabilidade social dos colaboradores da empresa Expresso Medianeira Ltda., no ano de 2015. Foi identificado as práticas de responsabilidade social da empresa, o perfil dos seus colaboradores, avaliado o nível de conhecimento acerca do assunto, analisada a percepção sobre a responsabilidade social praticada pela empresa e também foi verificado de que forma essas ações são divulgadas. Desenvolveu-se uma pesquisa descritiva sobre o tema, além de um estudo de caso realizado na empresa. Identificou-se uma empresa que não visa apenas o lucro, mas interessada em questões sociais, visando o bem estar de seu público interno e por fim foi constatado que seus programas de responsabilidade social estão sendo percebidos pela maioria dos seus colaboradores. Demonstrando que busca o envolvimento dos mesmos em assuntos relacionados a responsabilidade social e que realmente a responsabilidade social está acontecendo dentro da empresa.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Expresso Medianeira Ltda.
Colaboradores.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Dimensões da sustentabilidade empresarial.....	14
Figura 2- Os estágios da responsabilidade social de uma empresa	21
Figura 3-- Gênero dos colaboradores - área administrativa	38
Figura 4- Gênero dos colaboradores - área operacional.....	38
Figura 5- Idade dos colaboradores - área administrativa	39
Figura 6- Idade dos colaboradores - área operacional.....	40
Figura 7- Escolaridade dos colaboradores - área administrativa.....	40
Figura 8- Escolaridade dos colaboradores - área operacional	41
Figura 9- Tempo de trabalho na empresa - área administrativa.....	42
Figura 10- Tempo de trabalho na empresa - área operacional	42
Figura 11 Já ouviu falar em responsabilidade social – área administrativa.....	43
Figura 12- Já ouviu falar em responsabilidade social - área opercional.....	44
Figura 13- Conhece a funcionalidade dos projetos sociais	45
Figura 14 Motivo para se investir em responsabilidade social	46
Figura 15- Responsabilidade social voltada para os clientes e comunidade ...	47
Figura 16 Responsabilidade social voltada para o meio ambiente.....	48
Figura 17 Responsabilidade social voltada para os colaboradores.....	48
Figura 18- A empresa mantém controle da poluição gerada por suas atividades	50
Figura 19- A empresa investe em seus colaboradores	51
Figura 20 Disponibilização de pagamentos em dia e boas condições de trabalho	51
Figura 21 Respeita a legislação que proíbe o trabalho antes dos 16 anos	52
Figura 22 - Atua contra a discriminação em relação aos colaboradores maiores de 40 anos.....	53
Figura 23- Respeita a diversidade e proporciona iguais condições de trabalho a todos	54
Figura 24- A empresa investe em meio ambiente	55
Figura 25 A empresa contribui para o desenvolvimento da sociedade	55
Figura 26- A empresa proporciona cursos, treinamento ou bolsa de estudos .	56
Figura 27 A empresa proporciona boas condições de trabalho	57
Figura 28 - A empresa disponibiliza os pagamentos em dia	58
Figura 29- A empresa valoriza a diversidade no ambiente de trabalho.....	58
Figura 30 A empresa divulga as ações de responsabilidade social	59

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 Apresentação do estudo	8
1.2 Estrutura do estudo	10
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	12
2.1 Desenvolvimento sustentável	12
2.2 Responsabilidade social empresarial	16
2.2.1 Responsabilidade social externa	22
2.2.2 Responsabilidade social interna	23
2.2.3 Certificação social	24
2.2.4 Balanço social	28
3 METODOLOGIA	31
3.1 Quanto à abordagem do problema	31
3.2 Quanto aos objetivos	32
3.3. Quanto aos procedimentos técnicos	32
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	35
4.1 A prática da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda.	35
4.2 Perfil dos colaboradores - área administrativa e operacional	38
4.3 Nível de conhecimento sobre responsabilidade social	43
4. 4 Responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda. - dos colaboradores da área administrativa	44
4. 5 Percepção da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda. - colaboradores da área operacional.	54
4.6 Divulgação das práticas de responsabilidade social	59
5 CONCLUSÃO	61
REFERÊNCIAS	63
ANEXOS	66

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do estudo

As organizações estão se adaptando a um novo contexto econômico, em que precisam agir de forma ética e responsável em relação aos problemas ambientais causados por seu processo de produção, assim como em relação às questões relacionadas ao seu corpo funcional, visto que este é formado por seres humanos habitantes de uma sociedade que vêm enfrentando uma série de problemas sociais

São homens e mulheres que vivem a maior parte do tempo junto de seus colegas de trabalho sendo, de certa forma, influenciados pelo ambiente deste local de trabalho.

Assim, gerar lucro já não é mais a única finalidade da maioria das organizações, principalmente aquelas que desejam manter-se no mercado por um longo período de tempo. Elas necessitam ir além de suas responsabilidades legais e fiscais, mantendo um relacionamento de qualidade com todas as partes interessadas da instituição.

Ao se estabelecer, as organizações se tornam parte integrante da sociedade, e podem agregar valor para as comunidades em que estão inseridas, devolvendo, na forma de benefícios, os recursos naturais e humanos que usam do espaço ao seu redor.

Agindo dessa maneira, as organizações estarão atuando de maneira responsável em relação a todos seus *stakeholders*, ou seja, todas as partes interessadas e envolvidas com a empresa. Esse novo contexto tem resultado às empresas a realização de investimentos socioambientais de volume considerável, uma vez que tais medidas não são consideradas baratas.

Com a finalidade de se enquadrar nessa realidade, as empresas estão sendo proativas na resolução de problemas sociais, investindo em projetos de melhorias para a sociedade e benefícios direcionados aos colaboradores.

De acordo com Tinoco (2006), os investimentos em responsabilidade social não devem ser vistos como um custo adicional para as empresas, visto que a

adoção de uma postura responsável proporciona ganhos tangíveis para elas e até mesmo aumentam a competitividade das organizações.

Os investimentos na promoção dos colaboradores, por exemplo, têm por finalidade aumentar a produtividade dos mesmos e fazer com que o local de trabalho seja um ambiente agradável, além de melhorar a qualidade de vida do empregado, chamado de colaborador, já que esse se constitui em um seguimento da sociedade.

Nesse contexto se insere as empresas de transporte coletivo urbano, pois é de conhecimento geral que o transporte é um dos grandes causadores de danos sociais e ambientais, tais como: poluição, congestionamento, barulho, entre outros. Devido a isso há uma grande importância de se investir em programas que reduzam esses impactos.

A empresa estudada apresenta uma gama de programas de responsabilidade social a fim de assistir seus colaboradores, clientes, comunidade, meio ambiente e proprietários. As ações voltadas para o público interno tem a principal finalidade de melhorar a qualidade dos serviços prestados e influenciar de forma positiva no resultado da empresa, além de ter reflexos na sociedade em que a empresa está inserida, através da melhora da qualidade de vida de um cidadão.

Dentro desse contexto pode-se compreender a importância de se analisar a percepção dos seus colaboradores em relação aos investimentos em responsabilidade social, pois se acredita que aqueles projetos só trarão resultados se os colaboradores da empresa estiverem envolvidos com as ações. Caso contrário esses investimentos não terão influência nenhuma na sociedade que clama por melhores condições de vida e, por conseguinte não mudará positivamente o resultado da empresa.

Além disso, a análise do conhecimento dos colaboradores da empresa à cerca da sua responsabilidade social, que precisa ser gerenciada de forma adequada, pode ser uma fonte de informações para a mesma no sentido de tomar decisões a respeito do direcionamento dos recursos socioambientais, pois a partir dos resultados alcançados poderá canalizar maiores investimentos para ações de caráter externo ou para ações de caráter interno.

Assim, este estudo de caso delimitou-se à análise da percepção e do nível de conhecimento dos colaboradores de uma empresa de transporte coletivo urbano quanto a sua responsabilidade social no ano de 2015. O estudo compreende os colaboradores tanto da área operacional quanto da área administrativa, porque se

trabalha com a hipótese de que muitos programas referentes a responsabilidade social desenvolvidos pela empresa não são percebidos por seus colaboradores.

Buscou, então, responder a seguinte questão-problema: qual é a percepção e o nível de conhecimento dos colaboradores da empresa, tanto da área administrativa como da área operacional, em relação à sua responsabilidade social?

Com o propósito de responder a questão-problema, o objetivo geral dessa pesquisa foi o de avaliar a percepção e o nível de conhecimento acerca da responsabilidade social por parte dos colaboradores de uma empresa de transporte coletivo urbano.

Especificamente, o estudo perseguiu os seguintes objetivos:

- (a) identificar as práticas de responsabilidade social da empresa
- (b) traçar o perfil dos colaboradores da empresa, tanto da área administrativa quanto da área operacional;
- (c) verificar junto aos colaboradores da área administrativa e operacional o nível de conhecimento sobre a responsabilidade social;
- (d) identificar junto aos colaboradores da área operacional sua percepção sobre a responsabilidade social praticada pela empresa;
- (e) analisar junto aos colaboradores da área administrativa de que forma a empresa divulga as informações dessa área.

Destaca-se que existem poucos estudos que procuram analisar a responsabilidade social da empresa do ponto de vista de seus colaboradores. É notório que a opinião dos beneficiários externos às empresas influencia diretamente na imagem da mesma, o que tem motivado às organizações maiores investimentos em projetos de âmbito externo. Porém, o colaborador deveria ser o primeiro envolvido em assuntos referentes à responsabilidade social, afinal uma empresa não existe sem os recursos humanos.

1.2 Estrutura do estudo

Esse estudo está dividido em cinco capítulos, incluindo-se esta introdução. Os capítulos a que se retrata são: (1) introdução; (2) revisão bibliográfica; (3) metodologia; (4) resultados e discussões; e, (5) conclusões.

O capítulo introdutório traz em seu contexto aspectos como a justificativa do estudo, a delimitação do tema, a problemática em questão, o objetivo geral e os objetivos específicos e, por fim, a estrutura geral do trabalho.

Já o capítulo de revisão bibliográfica apresenta conceitos e a teoria relacionada com o tema em questão, tais como: sustentabilidade empresarial, responsabilidade social, responsabilidade social externa, responsabilidade social interna, relatórios sociais. Este capítulo fundamenta o estudo realizado e fornece auxílio para a análise dos resultados.

O próximo capítulo apresenta a metodologia seguida para o estudo, incluindo os procedimentos metodológicos usados como meio para se alcançar os objetivos do mesmo. Além disso, traz a classificação do estudo realizado, considerando a abordagem do problema, o atendimento aos objetivos e os procedimentos metodológicos mencionados.

No capítulo 4, se encontram de forma sistematizada, visando atender os objetivos propostos, os resultados do estudo, bem como as discussões realizadas à luz da literatura existente.

Por fim, essa estrutura apresenta o último capítulo, que evidencia as principais conclusões a respeito do estudo realizado, as limitações concernentes ao seu desenvolvimento, bem como sugestões para futuros estudos associados à área.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Este capítulo contempla a fundamentação teórica relacionada ao tema responsabilidade social e servirá de auxílio para a análise dos resultados e possíveis conclusões.

2.1 Desenvolvimento sustentável

A Conferência das Nações Unidas para o Meio ambiente humano (CNUMAH), realizada em Estocolmo no ano de 1972, conforme Barbieri e Silva (2011), foi um marco para se aderir o meio ambiente ao desenvolvimento, a partir desse evento houve a popularização e difusão da expressão desenvolvimento sustentável. Os mesmos autores (2011, p. 70) definem o desenvolvimento sustentável “como um modo de desenvolvimento que não prejudica o desenvolvimento futuro”, ou seja, é preciso se pensar nas próximas gerações, pois “o crescimento sem precedentes da população humana tem sobrecarregado o sistema ecológico e social” (Carta da Terra, 2014).

A sociedade evoluiu do feudalismo agrícola para uma sociedade industrial com produção em larga escala, mas o resultado dessa evolução trouxe consequências para a humanidade, pois passou-se a consumir de forma ilimitada os recursos limitados da Terra, além da geração de poluição pelos rejeitos e sobras desse processo, que passaram a afetar negativamente a qualidade de vida humana (SCHENINI, 2005). Nesse contexto, na visão de Schenini (2005), é imprescindível que se alie a qualidade de vida humana ao desenvolvimento econômico das nações.

No contexto empresarial, com o propósito de garantir a sua continuidade, as empresas vêm agindo de forma sustentável, ou seja, vêm investindo em projetos que visem à melhoria da comunidade e preservação do meio ambiente, juntamente com a geração de resultado econômico. Segundo Ribeiro (2006, p.6) “o empresariado de diferentes setores tem aderido aos grupos e movimentos empenhados na questão ambiental”.

O desenvolvimento sustentável também é definido por Ribeiro (2006, p. 6), como

aquele que atende às necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras em satisfazê-las. Ou melhor, um processo de mudanças no qual a exploração de recursos, o direcionamento dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais estão em harmonia e valorizam o potencial, presente e futuro, para a humanidade satisfazer suas exigências e aspirações.

O desenvolvimento sustentável surge com a ideia de que o planeta não aguentaria o crescimento desenfreado da economia.

O movimento de desenvolvimento sustentável baseia-se na percepção de que a capacidade de carga da Terra não poderá ser ultrapassada sem que ocorram grandes catástrofes sociais e ambientais. Mais ainda, já há sinais evidentes de que em muitos casos os limites aceitáveis foram ultrapassados, como atestam diversos problemas sociais gravíssimos, como o aquecimento global, a destruição da camada de ozônio estratosférico, a poluição dos rios e oceanos, a extinção acelerada de espécies vivas, bem como os sérios problemas sociais, como a pobreza que afeta bilhões de humanos, os assentamentos urbanos desprovidos de infraestrutura mínima para uma vida digna, a violência urbana, o tráfico de drogas, e as epidemias globalizadas como a AIDS (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p.66).

O desenvolvimento sustentável deve partir da empresa com ou sem a ajuda do poder público. Para Barbieri e Cajazeira (2009) a empresa não precisa esperar por leis do governo para começar a agir e tomar uma posição frente ao desenvolvimento sustentável, ela precisa seguir o lema *pensar globalmente e agir localmente*.

Na visão do Instituto Ethos (2014), para ser sustentável, uma empresa precisa

atuar buscando benefícios para a sociedade; propiciar a realização profissional dos empregados e promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente, sem deixar de lado o retorno para os investidores. Nesse sentido, a troca e o aprendizado permanentes são tão importantes para a empresa quanto as reflexões internas.

Dessa forma, as empresas se tornam proativas em questões relacionadas ao desenvolvimento sustentável. Tachizawa (2011, p. 26) afirma que “o conceito de desenvolvimento sustentável consolida-se a partir da constatação de que os sistemas naturais do planeta são limitados para absorver os efeitos da produção e do consumo”. A partir dessa constatação faz-se necessária a existência de uma nova forma de economia em que seja respeitada a base ecológica, em outras

palavras, a empresa cresce economicamente, mas sem afetar os recursos limitados do planeta.

Pode-se dizer nessa mesma linha de raciocínio que uma empresa é considerada sustentável quando inclui em suas atividades além do aspecto econômico, o social e o ambiental de forma integrada, ou seja, em cada decisão tomada pela empresa devem-se considerar os três pontos do desenvolvimento sustentável.

A Figura 1 mostra as três dimensões de uma empresa sustentável, consideradas por Barbieri e Cajazeira (2009)

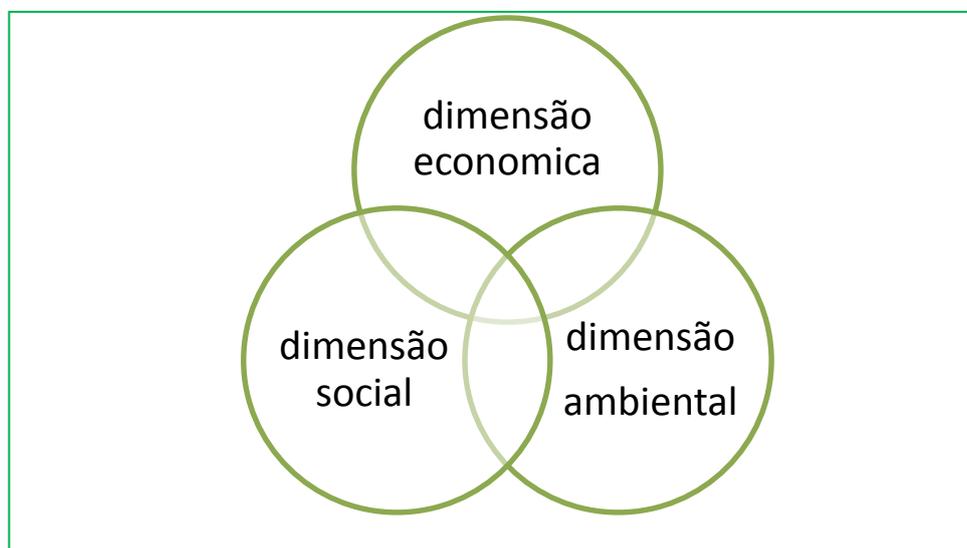


Figura 1- Dimensões da sustentabilidade empresarial
Fonte: Adaptado de Barbieri e Cajazeira (2009, p. 70).

As empresas que desejam ser sustentáveis precisam agir de tal forma que haja uma integração entre as três dimensões da sustentabilidade empresarial. Segundo Vellani (2011, p.09),

as características e a sustentabilidade das comunidades resultam das interações entre o meio ambiente, a economia e a sociedade. Assim, muitas empresas interessadas na sustentabilidade empresarial podem manter ações para integrar o *bottom line* econômico, social e ambiental.

Nesse sentido, o mesmo autor (2011) salienta que ao mesmo tempo em que a empresa gera retorno financeiro para o seu acionista, ela pode fornecer educação,

cultura e lazer aos seus colaboradores, sem deixar de lado a questão de preservação do meio ambiente.

Em consonância com a colocação de Vellani (2011), Tinoco (2010) afirma que apenas a visão do lucro é insuficiente para alcançar os objetivos da entidade, a continuidade da empresa está ligada ao atendimento das necessidades sociais de todos os envolvidos. Entre essas necessidades, o autor destaca o bem-estar dos próprios funcionários e enfatiza o aspecto ambiental.

Ainda referente à integração do econômico, social e ambiental, Tinoco e Kraemer (2004) defendem que as empresas devem incorporar aos objetivos de obtenção de lucros a responsabilidade social, a fim de minimizar os impactos da crescente e assustadora degradação ambiental causadas por elas.

Segundo Luppi (2007) a empresa precisa e necessita gerar retorno financeiro, mas é preciso aliar a isso objetivos de ordem humana e ambiental.

Pode-se usar como um exemplo de uma medida em que essa integração não foi respeitada a redução de alíquotas do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados). Quando o governo instituiu tal política, o aspecto econômico foi considerado, pois com a produção e venda de mais automóveis a economia se fortalece; considerou-se também no aspecto social pela geração de emprego e renda à população, mas não se observaram os reflexos sobre o meio ambiente, pois com uma maior quantidade de carros em circulação, o índice de poluição atmosférica é aumentado.

As empresas que têm o objetivo de se tornar sustentável buscam como meio para alcançá-lo a responsabilidade social. Para Tinoco e Kraemer (2004, p.134) “as empresas têm um papel social e ambiental extremamente relevante”.

Melo Neto e Froes (2001) salientam que o conceito de responsabilidade social é parte do conceito de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social é a parte mais delicada de todas, por compreender vários aspectos tais como: direitos humanos, envolvimento com a comunidade, direitos dos grupos de interesses, entre outros. Acrescentam ainda que a responsabilidade social está inserida na dimensão social, que junto com as dimensões econômica e ambiental formam os pilares do desenvolvimento sustentável.

2.2 Responsabilidade social empresarial

Historicamente a responsabilidade social já vem ocorrendo há algum tempo, conforme constatam Lobo e Martins (2007, p.4) “mas sem nenhuma formalidade ou imposição para a sua prática. Além disso, não se sabe de uma data precisa representando o surgimento dos estudos referentes ao tema responsabilidade social”.

Os mesmos autores (2007) acreditam que dentro de um contexto histórico é necessário lembrar-se da revolução francesa ocorrida em 1789, pois marcou a passagem de um autoritarismo por parte dos mais afortunados para uma sociedade em que os direitos dos cidadãos e as questões sociais são respeitados por conta da publicação da declaração dos direitos do homem e do cidadão pela liga das nações. E, anos depois, a Organização das Nações Unidas (ONU), após a segunda guerra mundial, criou a declaração universal dos direitos humanos.

A responsabilidade social surge com as reivindicações em relação à injustiça social. Essa nova forma de visão desemboca em um novo estado das coisas, conforme coloca Tinoco (2010).

Os Estados Unidos, conforme Carmo (2008), foram os primeiros a investir em projetos de responsabilidade social. As empresas norte-americanas começaram a prestar contas de suas ações sociais formando a primeira ideia de balanço social.

No Brasil, a partir de 1930, o governo de Getúlio Vargas, segundo Lobo e Martins (2007) criou o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. A LBA (Legião Brasileira de Assistência), [...], logo após foram fundados o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), o SESI (Serviço Social de Indústria) e o SESC (Serviço Social do Comércio).

Pode-se observar que a criação desses órgãos acontece por uma preocupação do governo no que se refere à sociedade. São órgãos que têm por função promover o crescimento profissional do cidadão. Os mesmos autores(2007) vão além e constatam que essa preocupação com o social foi invadindo as empresas e não é mais considerada somente como obrigação do estado. Nos anos 90 Herbert de Souza aguçou ainda mais esse caráter social dos mais afortunados quando apoiou movimentos pela diminuição da fome e da miséria.

Na visão de Melo Neto e Froes (2001) o início do exercício de responsabilidade social se deu através de ações de filantropia, que são doações do

empresariado para entidades de assistência e filantrópicas, mas em segundo plano a responsabilidade social evoluiu para ações sociais com a comunidade, dessa forma as empresas passaram a colocar a serviço da comunidade recursos financeiros produtos e serviços.

Essa confusão que existe em relação à filantropia e responsabilidade social é um aspecto importante no que tange ao entendimento sobre o que vem a ser responsabilidade social e que merece ser enfatizado, pois responsabilidade social não deve ser confundida com o conceito de filantropia, Eon (2014) faz uma comparação entre responsabilidade social e filantropia quando diz que responsabilidade social é ensinar a pescar e filantropia é dar o peixe, dessa maneira responsabilidade social traz embutido o objetivo de melhoria da sociedade em que a empresa está inserida.

Nesse sentido, Tinoco (2010) acrescenta que tradicionalmente a responsabilidade social das empresas está concentrada no âmbito da caridade, através de doações ou apoio de projetos sociais de curto prazo, mas a verdadeira responsabilidade social deve estar próxima das estratégias de sustentabilidade pensando-se nos seus efeitos em longo prazo.

Para Melo Neto e Froes (2001, p.85),

a empresa deve financiar projetos sociais porque é certo, justo e necessário assim proceder. É um mecanismo de compensação das “perdas da sociedade” em termos de concessão de recursos para serem utilizados pela empresa. E não uma ação caridosa, típicas dos capitalistas do início do século, que utilizavam filantropia como forma de expiação dos sentimentos de culpa por obterem lucros fáceis à custa da exploração do trabalho das pessoas e dos recursos naturais abundantes.

Conforme Luppi(2007) os empresários estão cada vez mais preocupados com problemas sociais e ambientais que não estão ligados diretamente com os negócios da empresa, porém possuem uma influência significativa que não pode ser ignorada.

Por conta disso a responsabilidade social está se tornando cada vez mais presente nas empresas. Segundo o BNDES (2014) “a sustentabilidade e a responsabilidade social são temas que têm ocupado de forma crescente as discussões dentro dos governos, empresas e organizações em todo o mundo”. As organizações sentem-se obrigadas a ampliar a gama de *stakeholders* e promover ações que os beneficiem. Além disso, a sociedade tem cobrado, conforme Tinoco

(2010), que além do retorno aos acionistas as empresas se comprometam com ações incontestáveis para com a sociedade e o resultado empresarial seja mais abrangente.

Dessa maneira as empresas estão tornando-se parte da sociedade em que estão inseridas, devolvendo os recursos naturais e humanos que usam do meio ao seu redor. Nesse sentido, a empresa necessita ser uma instituição social. Ribeiro (2006), afirma que a empresa deveria eliminar ou reduzir os efeitos negativos de seu processo de produção e tentar preservar os recursos naturais, principalmente aqueles que não são renováveis. A empresa precisa ir além das meras responsabilidades legais, investindo em equipamentos de tecnologia antipolvente e até mesmo enviar relatórios sobre as suas atividades para os órgãos governamentais e não se esquecer do bem estar social, não só de seus colaboradores, mas da sociedade presente e também aquela que há de vir, considerando importante a divulgação desses investimentos.

Na visão de Tinoco e Kraemer (2004), a grande responsabilidade social das empresas consiste em minimizar as desigualdades sociais existentes em nosso país através da oferta de empregos.

A grande responsabilidade social das organizações [...] consiste em gerar renda e emprego, distribuídos de forma mais equitativa do que vem ocorrendo, a todos os envolvidos em sua geração, propiciando aos que estão afastados de seus postos de trabalho e de mercado perspectivas de ingresso neste, particularmente no Brasil, que atravessa grave crise de crescimento, de desenvolvimento e, por conseguinte, de geração de emprego e de exclusão social (TINOCO e KRAEMER, 2004, p. 102).

As empresas que são adeptas às ações da responsabilidade social podem perceber várias vantagens principalmente no que se refere ao diferencial competitivo, pois a responsabilidade social gera uma garantia de continuidade para a empresa, porque o público externo das organizações, conforme colocam Tinoco e Kraemer (2004) procuram empresas que agreguem valor para a sociedade e diminuam os impactos ambientais. Ashley (2006, p. 8), concorda com os autores quando diz que “a preocupação com a responsabilidade social tornou-se um diferencial fundamental para tornar as organizações mais produtivas e garantir o respeito do público e, enfim, sua própria viabilidade”.

Ainda, em relação ao diferencial que os investimentos em responsabilidade social trazem para a instituição, Tachizawa (2011, p. 68) acrescenta que “a

responsabilidade social está-se transformando num parâmetro e referencial de excelência para o mundo dos negócios e para todo o Brasil corporativo”.

Evidentemente a responsabilidade social, conforme destacam Bertoncello e Chang Junior (2014) garante que a empresa seja destacada das demais reforçando a imagem e o reconhecimento da mesma, sua marca ganha mais visibilidade e aceitação e por consequência o ganho financeiro da empresa terá um aumento, além de um aumento de produção por parte dos funcionários, que se sentem orgulhosos de trabalhar em uma empresa socialmente responsável.

Por outro lado, Melo Neto e Froes (2001) afirmam que a falta de responsabilidade social traz deterioração do clima da empresa, baixa produtividade, aumenta o índice de faltas e atrasos. Os reflexos para o ambiente externo da empresa também são sentidos, ocorrem quedas nas vendas e perda de clientes, por conta da falta de credibilidade da empresa, o que pode desencadear, mais tarde, na falência da mesma.

Além disso, Salvador (2014) afirma que a irresponsabilidade social pode comprometer os resultados e trazer outros efeitos indesejáveis para a empresa como observa-se em inúmeros casos de empresas que tiveram perdas financeiras por não se conscientizar de seu papel na sociedade. O autor exemplifica a situação com empresas que descumprem a legislação ou não respeitam os direitos humanos.

Mesmo que essas ações ambientais e sociais não tragam benefício econômico-financeiro algum para a empresa, Vellani (2011, p.07) defende-as e diz que elas não devem ser abandonadas, “pois podem servir para atender à legislação ambiental”.

Tinoco (2010) diz que as empresas precisam criar programas e ações que modifiquem o quadro de exclusão social no Brasil. “

Completando a opinião de Tinoco (2010), Melo Neto e Froes (2001) afirmam que é dever da empresa restituir os recursos extraídos da sociedade, não apenas em forma de produtos ou serviços, mas principalmente através de ações que solucionem os problemas da sociedade. Isso pode ser evidenciado através da colocação desses mesmos autores (2001) a respeito do porque as empresas são consideradas socialmente responsáveis. Ao se estabelecerem, segundo eles, as organizações precisam se apropriar dos recursos humanos, pois sem a força da mão-de-obra ela não consegue produzir. Por outro lado, além da apropriação dos recursos humanos, a empresa para que possa produzir vale-se de bens comuns da

humanidade que são os recursos naturais tornando-se assim, responsável por prestar contas desse consumo de recursos, que não lhe pertencem. Como bem colocam os autores Melo Neto e Froes (2001, p. 84) “as empresas devem investir em projetos sociais como reparação a essa usurpação empresarial, fonte geradora do lucro da empresa, que, em troca, deve contribuir na resolução dos problemas sociais”.

A empresa que procura ser socialmente responsável, para Tinoco (2010) deve ser proativa tornando-se responsável pela resolução de problemas sociais.

Tinoco (2006, p.116) salienta que “a responsabilidade social pressupõe o reconhecimento da comunidade e da sociedade como partes interessadas da organização, com necessidades que precisam ser atendidas”.

Já Barbieri e Cajazeira (2009) possuem a posição de que escrever sobre responsabilidade social é um grande desafio por não existir consenso universal sobre o tema e o real significado do termo responsabilidade social.

A responsabilidade social empresarial ainda é um grande desafio, pois os assuntos que regem o contexto de responsabilidade social ainda estão sendo construídos. Para Tinoco (2006, p. 115), o tema responsabilidade social, integra-se,

ao da governança corporativa, ou seja, com a administração das relações contratuais e institucionais estabelecidas pelas companhias e as medidas adotadas para o atendimento das demandas e dos interesses dos diversos participantes envolvidos.

A empresa, na visão de Melo Neto e Froes (2001) necessita investir em projetos externos e também internos, pois a cidadania empresarial ocorre quando a empresa investe em seu corpo funcional e também contribui para o desenvolvimento da sociedade. Quando isso acontece, ela recebe o título de empresa cidadã. Segundo os autores (2001) há empresas que procuram desenvolver mais uma dimensão em detrimento da outra, por exemplo, promovem ações em prol da comunidade, mas demitem muitos funcionários e pagam mal. Nesse caso ela não se enquadra como empresa cidadã.

Para Melo Neto e Froes (2001) as empresas passam por estágios de responsabilidade social, como pode-se observar na Figura 2.

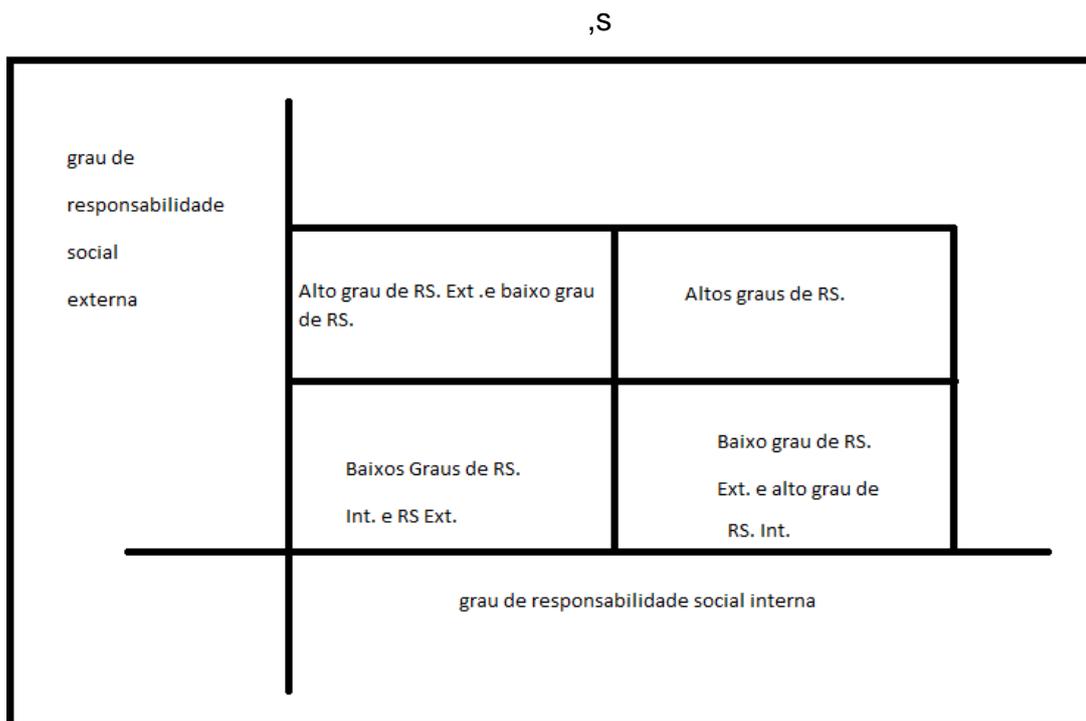


Figura 2- Os estágios da responsabilidade social de uma empresa

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Froes (2001,p. 86)

De acordo com a Figura 2, a empresa é considerada responsável socialmente quando se encontra na situação apresentada no quadrante três em que apresenta alto grau de responsabilidade social interna e alto grau de responsabilidade social externa, ou seja, segundo Luppi (2007), a empresa socialmente responsável tem um compromisso com relação à sociedade e a humanidade em geral sendo responsável pelo desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida de seus colaboradores, família e comunidade.

Segundo Melo Neto e Froes (2001, p. 86) essa situação “é quando segura o bem estar dos funcionários e dependentes e contribui para o desenvolvimento da comunidade”. Os mesmos autores (2001) dizem que a cidadania empresarial necessita de uma ação eficaz nas duas dimensões de responsabilidade social: a externa e a interna.

Através da Figura 2 pode-se observar também a situação do primeiro quadrante como sendo a pior situação de uma empresa, em que a única preocupação do empresário se traduz na obtenção de resultado financeiro para si, deixando de lado, como colocam Melo Neto e Froes (2001, p.86) “a saúde e o bem estar de seus funcionários e ignoram os anseios da comunidade”.

Pode-se observar também, na Figura 2, que as empresas podem investir somente na responsabilidade social externa, pois “utilizam o *marketing* social como estratégia promocional” (MELLO NETO; FROES, 2001, p.86). Essas empresas costumam pensar que são consideradas empresas cidadãs, como coloca Credidio (2003), “somente por apoiar ou financiar um determinado projeto, principalmente em se tratando de uma campanha de curta duração”. Essas empresas geralmente possuem uma péssima gestão de recursos humanos, “pagam mal, demitem seguidamente sem quaisquer critérios, não possuem programas de benefícios compensatórios e não investem na qualificação de seu corpo funcional” (MELLO NETO; FROES, 2001, p.86).

Já o quadrante quatro (Figura 2) está representando aquelas empresas que estão começando a pensar no seu papel social, e começam pela parte dos recursos humanos. São aquelas que, segundo Melo Neto e Froes (2001, p.86) “investem primeiramente em seus empregados para em seguida fortalecer sua situação junto à comunidade”.

2.2.1 Responsabilidade social externa

Alessio (2004, p. 97) diz que a responsabilidade social

precisa ser assumida enquanto compromisso social das empresas, cuja tomada de decisões e atitudes devem estar baseados em princípios morais que estão acima de quaisquer interesses privados e puramente econômicos, ou do simples cumprimento do que está codificado pela lei, pois a empresa além de agente de desenvolvimento econômico, também pode ser agente de desenvolvimento humano e social. Isso significa que pode e precisa contribuir para a melhoria das condições de vida e de qualidade de vida da sociedade.

Para isso as empresas estão saindo do âmbito interno e promovendo ações para desenvolver a comunidade ao seu redor, assim como ações que diminuam os impactos ambientais causados pela industrialização. As práticas de responsabilidade social externa são aquelas ações voltadas para a comunidade e para o meio ambiente. Melo Neto e Froes (1999,p. 88) dizem que:

[...] essas ações podem ser realizadas através de doações de produtos, equipamentos e material em geral, transferência de recursos em regime de parceria para órgãos públicos e ONG's, prestação de serviços voluntários para a comunidade pelos funcionários da empresa, aplicação de recursos

em atividades de preservação do meio ambiente, geração de empregos e patrocínio de projetos sociais criados pela própria empresa[...].

A responsabilidade social voltada para o público externo tem a principal finalidade de melhorar a imagem da empresa.

Atualmente é expressivo o número de empresas que realizam ações em benefício da comunidade em geral, como os casos de patrocínio de equipes esportivas, de eventos culturais, implantações e/ou manutenção de escolas e hospitais. Essas são algumas ações sociais realizadas para a sociedade, independente dos efeitos tributários que podem gerar. O fato que deve ser ressaltado é o benefício proporcionado à população (RIBEIRO, 2006, p. 23).

Ribeiro (2006, p.134) ainda acrescenta que “ao lado da intrínseca função econômica (investimento, melhorias), a empresa possui também uma função social”.

2.2.2 Responsabilidade social interna

Para que a empresa seja, de fato, responsável, precisa atuar em função do desenvolvimento de seu corpo de colaboradores. Para Neto e Froes (2001, p.78),

apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem estar de seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com os parceiros e garantir a satisfação de seus clientes e/ou consumidores.

A responsabilidade social interna tem foco no *stakeholder* interno da companhia. Segundo Melo Neto e Froes(2001) o principal objetivo é a motivação deles para um melhor resultado no desempenho, além de criar um ambiente agradável e aumentar o bem estar do colaborador.

Para os mesmos autores, são as seguintes as ações voltadas para o público interno:

- a) investimentos no bem-estar dos empregados e seus dependentes (programas de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte);
- b) investimentos na qualificação dos empregados (programas internos de treinamento e capacitação e programas de financiamento de cursos externos, regulares ou não, realizados por seus funcionários, com vistas a

sua maior qualificação profissional e obtenção de escolaridade mínima) (MELO NETO; FROES, 2001, p. 87).

Segundo Melo Neto e Froes (2001, p. 89), no âmbito da responsabilidade social interna “... predominam os programas de recursos humanos (participação nos lucros, treinamento e desenvolvimento, capacitação, segurança no trabalho, remuneração, benefícios, etc.) e os planos de previdência complementar”.

Além disso, na visão do instituto Ethos, “o funcionário é um dos mais importantes *stakeholders* da empresa. Atuar de forma socialmente responsável com o público interno significa mais do que respeitar os direitos garantidos pela legislação”.

Partindo-se do pressuposto de que nenhuma organização existe sem a realização da tarefa por um homem, Ribeiro (2006) diz que a empresa maximiza sua produtividade no momento em que faz a elevação da sua mão-de-obra de mera condição de trabalhadores assalariados para a posição de colaboradores dentro da empresa.

Para que a responsabilidade social aconteça na empresa é necessário que os colaboradores estejam envolvidos na ação. Eles precisam acreditar em algo que estão fazendo, diz Schenini (2005).

As empresas que são consideradas, em função dos investimentos em ações de responsabilidade social interna e externa, empresas cidadãs, podem caminhar em busca de uma certificação social. Para Gianoni (2015) as empresas buscam a certificação social com o objetivo de demonstrar que praticam ações de responsabilidade social e esse reconhecimento oficial torna a empresa mais competitiva no mercado, quando melhora a sua imagem perante o consumidor final.

2.2.3 Certificação social

Muitas certificações sociais foram criadas nos últimos anos e Eon (2014) acredita que essas certificações sociais foram criadas para estimular as empresas em relação à prática da responsabilidade social.

A certificação de responsabilidade social ainda é deficiente, pois não existe uma norma geral de responsabilidade social. Melo Neto e Froes(2001) dizem que a ideia de se criar uma norma que contemple todas as ações de responsabilidade social foi discutida há alguns anos, na Suíça, mas caiu no esquecimento por motivos

desconhecidos. Observa-se que, atualmente, existem apenas duas normas, a nível internacional, que tratam das ações de responsabilidade social que são a SA 8000 e a AA 1000.

2.2.3.1 SA 8000

A primeira norma instituída e que permite a certificação social é a SA 8000, em vigor desde 1997. Segundo Melo Neto e Froes (2001) essa norma foi criada a partir do entendimento de que não existiam ações anti-sociais na produção de um serviço.

Na visão de Mello Neto e Froes (2001, p.176) a finalidade dessa norma é “instrumentalizar ambos, empresa e sociedade civil, para uma avaliação efetiva do exercício da responsabilidade social corporativa”.

Tinoco (2010, p. 168) em consonância com os autores explicita que

a SA 8000 possui estrutura similar a da ISO 9000 e enfatiza o direito dos empregados como licença-maternidade, remuneração de horas extras e salários que garantem a cobertura das necessidades mínimas dos trabalhadores, dentre outras. A norma é baseada nos preceitos da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e foi criada pelo *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), uma organização internacional afiliada ao *Council on Economic Priorities* (CEP) de *New York*, que possui como diretriz central a difusão das questões relativas a condições trabalhistas dentre os consumidores de todo o mundo, conhecida por seu guia ao consumidor *Shopping for a better world*.

Os principais indicadores de avaliação para implantação da SA 8000 são:

- a) Trabalho infantil;
- b) Trabalho forçado;
- c) Saúde e segurança;
- d) Liberdade de associação e direito à negociação coletiva;
- e) Discriminação;
- f) Práticas disciplinares;
- g) Horário de trabalho;
- h) Remuneração;
- i) Sistemas de gestão.

Para os mesmos autores (2001), a SA 8000 pode ser utilizada pela empresa, na humanização de sua gestão, e pela sociedade civil no monitoramento do desempenho social das empresas.

A empresa certificada pela SA 8000 demonstra que possui boas condições de trabalho. Isso é vantajoso para a empresa, a certificação facilita a exportação para grandes mercados como o europeu e o norte americano.

2.2.3.2 AA 1000

A norma AA 1000 foi lançada em 1999 pelo ISEA (*Institute of Social and Ethical Accountabilit*). Segundo Antunes (2015), a AA 1000 é uma resposta à necessidade de se ter um mecanismo que assegure a confiabilidade dos relatórios de sustentabilidade, visto que esses não são obrigados a passar por auditoria.

A norma é composta por princípios e um conjunto de padrões de processos. Os padrões de processo da AA 1000 associam a definição e a integração dos valores da organização com o desenvolvimento das metas de desempenho e a avaliação e a comunicação do desempenho organizacional. Através deste processo, focado no engajamento da organização com partes interessadas, a AA 1000 vincula questões sociais e éticas à gestão estratégica e operações da organização.

Fazem parte da norma, de acordo com o *Business Meets Social Development* onze princípios que devem ser seguidos pela empresa adotante da norma, em cada área de referência. No escopo e natureza do processo de organização deve-se considerar os princípios da completude, materialidade e regularidade. No que se refere à significância das informações, é preciso observar os princípios de garantia de qualidade e acessibilidade. A informação de caráter social precisa ser de qualidade e para isso é necessário que os princípios de comparabilidade, confiabilidade, relevância e entendimento sejam respeitados e por fim no que tange ao bom gerenciamento do processo, tem-se o princípio da integração e melhoria contínua.

Empresas grandes ou pequenas, públicas ou privadas, e até mesmo sem fins lucrativos, podem valer-se dessa norma tão importante no que diz respeito à transparência das informações sociais, que tem como principal benefício, de acordo com o BSD, o estabelecimento de um sistema de gestão para a contabilidade. Esse sistema permite a prática real da responsabilidade social, além de melhorar a imagem da empresa perante o público externo, visão geral do que está acontecendo na instituição, melhor parâmetro para a tomada de decisões, entre outros.

Por outro lado, em nível do Conselho Federal de Contabilidade, existe uma Norma Brasileira Contábil Técnica a NBCT 15 que trata da evidenciação das informações de natureza social e ambiental.

2.2.3.3 NBCT 15

A NBCT 15 é a norma brasileira que estabelece, segundo a Resolução do CFC nº 1.003/04, procedimentos para evidenciação de informações sociais e ambientais tornando clara para a sociedade a participação da empresa na responsabilidade social.

A norma sugere que todas as ações de caráter socioambiental sejam evidenciadas por meio de uma demonstração denominada Demonstração das Informações de Natureza Social e Ambiental e essas informações dizem respeito aos grupos de indicadores tais como:

- a) geração e distribuição de riqueza que poderá ser apresentada na Demonstração do Valor adicionado (DVA);
- b) os indicadores da área de recursos humanos como: remuneração bruta segregada e benefícios concedidos aos empregados, administradores, terceirizados e autônomos, relação entre a maior e menor remuneração da entidade considerando os empregados e administradores, além de gastos com encargos sociais, alimentação, transportes, previdência privada, saúde, segurança e medicina do trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, auxílio creche, e participação nos lucros e resultados. Esses dados serão expressos monetariamente pelo valor total de cada item e a quantidade de colaboradores.

Em relação às informações relativas ao setor de recursos humanos, ainda devem ser evidenciados dados como: total de empregados no final do exercício, total de admissões e demissões, total de estagiários, total de portadores de necessidades especiais, total de terceirizados, total de empregados divididos por sexo, total de empregados por faixa etária, nível de escolaridade e percentual de cargos de chefia em relação ao sexo.

Devem ser demonstradas também informações referentes ao indicador que diz respeito à interação da sociedade com o ambiente externo, considerando-se o ambiente externo, os clientes, os fornecedores e a comunidade. Além desses,

informações relativas à interação da empresa com o meio ambiente, considerando-se todos os investimentos nessa área.

Para se elaborar a demonstração que contém estas informações, julgadas tão importantes para a divulgação da responsabilidade social da empresa, é preciso de um contabilista, pois todas as informações são de responsabilidade técnica desse profissional, que deve deixar bem claro o critério e o controle usados para que a informação seja íntegra.

As informações contidas no relatório socioambiental podem ou não, de acordo com a norma, serem extraídas da contabilidade, mas é importante frisar que deve ser uma informação complementar, sem que sejam confundidas com as notas explicativas às demonstrações contábeis.

Com a finalidade de evidenciar as ações de natureza social e ambiental muitas empresas vêm fazendo uso do balanço social.

2.2.4 Balanço social

Historicamente a guerra do Vietnã, segundo Tinoco e Kraemer (2004) foi geradora de inúmeros problemas sociais, o que levou as autoridades começarem a falar em indicadores sociais. Surgiram, então, informações e indicadores sociais que passaram a ser publicados junto com os demonstrativos contábeis.

A França foi o primeiro país do mundo a ter uma lei acerca do balanço social, mas Tinoco(2010) considera o balanço Frances deficiente por excluir os fatos econômicos dos sociais. Na França todas as empresas que possuem mais de 300 funcionários estão obrigadas a publicar o balanço social, tendo como usuários “o Ministério do trabalho, os acionistas e os assalariados, desde que façam solicitação à empresa” (TINOCO, 2010,p. 21).

Segundo Cunha e Ribeiro (2004 *apud* FERREIRA, SIQUEIRA e GOMES, 2009, p.27) “o balanço social francês não contempla informações como o valor adicionado bruto, gerado pela empresa e concentra-se nos aspectos de recursos humanos.

Tinoco (2010, p. 20) diz que “em outros países europeus o balanço social também se encontra difundido, ainda que na maioria desses países não haja legislação que compulsoriamente obrigue as empresas a elaborá-lo.”

A demonstração do balanço social não é obrigatória no Brasil. Por volta dos anos 70 o professor Ernesto Lima Gonçalves enfoca o tema balanço social em seus seminários. Conforme Tinoco (2010), em 1980 o mesmo publicou o primeiro livro sobre balanço social na empresa, com foco na responsabilidade social e no clima da organização.

Nas palavras de Tinoco (2010, p. 19), “em 1991, o senador Valmor Campelo encaminha ao congresso um anteprojeto propondo a publicação do balanço social pelas empresas, que foi votado favoravelmente no senado, entretanto, não foi aprovado na câmara dos deputados”.

Somente em 1997, Herbert de Souza, conhecido como Betinho, inicia uma campanha para publicação do balanço social. Nesse mesmo ano o IBASE lançou o selo do balanço social que passou a ser tema de um projeto das deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling.

Segundo Tinoco (2010) esse projeto, que estabelecia a obrigatoriedade da publicação do balanço social para empresas privadas com mais de 100 funcionários e para todas as empresas públicas, concessionárias e permissionárias de serviços públicos, foi arquivado, mas reapresentado mais tarde pelo deputado Paulo Rocha e ainda tramita no congresso.

O balanço social é um demonstrativo usado para evidenciar os investimentos em responsabilidade social.

Tinoco e Kraemer (2004, p.87) definiram o balanço social como

um instrumento de gestão e de informações que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferentes usuários. Isso implica responsabilidade e dever de comunicar com exatidão e diligência os dados de sua atividade, de modo que a comunidade e os distintos núcleos que se relacionam com a entidade possam avaliá-la, compreendê-la e, se entenderem oportuno, criticá-la.

Tinoco (2010) acredita que o balanço social é “o instrumento que visa evidenciar de forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais do desempenho das entidades aos mais diferenciados usuários”.

Para Tinoco e Kraemer (2004) o balanço social tem por ambição descrever certa realidade econômica, ambiental e social de uma entidade através do qual é suscetível de mensuração, avaliação e divulgação. Os mesmos autores (2004, p.92) evidenciam ainda que balanço social é um informativo que procura:

Utilizar ao máximo as informações disponíveis nos diversos departamentos funcionais das organizações. Sua função básica é dar-lhes tratamento adequado em termos de *disclosure* para os agentes sociais. A série de indicadores que se pode extrair tanto de ordem quantitativa quanto qualitativa é numerosa.

As informações contidas no balanço social são tiradas de vários departamentos da empresa. Tinoco (2006) diz que o departamento pessoal, o de contabilidade e o sistema de informação contábil são os departamentos cujas informações são requisitadas para a elaboração do balanço social.

Tinoco (2010, p.4) concorda com o uso do balanço social como demonstração contábil, e ainda diz que não deve ser somente uma peça de *marketing* para a empresa ou simples propaganda com intuito de melhorar a imagem perante os usuários externos.

3 METODOLOGIA

A metodologia é o pilar de qualquer pesquisa, pois sem o emprego de métodos científicos não existe ciência, dizem Lakatos e Marconi (2010). Cada método traça um caminho e está relacionado com o que se quer pesquisar, ou seja, está diretamente relacionado ao problema.

Em relação à metodologia, esta pesquisa é classificada em três categorias: quanto à abordagem do problema, quanto ao atendimento dos objetivos e quanto aos procedimentos metodológicos.

3.1 Quanto à abordagem do problema

Considerando-se o tratamento aos dados com a finalidade de sanar o problema, essa pesquisa classifica-se como sendo de natureza quantitativa, que segundo Lakatos e Marconi (2002, p. 84) “pode utilizar métodos formais, que se aproximam dos projetos experimentais, caracterizados pela precisão e controle estatísticos”. Nesse tipo de pesquisa é possível fazer a mensuração das respostas para a consequente aplicação. Além disso, segundo Lakatos e Marconi (2008), nesse método os pesquisadores usam amostras amplas e informações numéricas.

No estudo realizado calculou-se uma amostra para a aplicação do formulário a partir da população dos colaboradores da área operacional e administrativa da empresa Expresso Medianeira Ltda.

A empresa estudada localiza-se no município de Santa Maria, no estado do Rio Grande do Sul há 64 anos. Sua sede ocupa uma área de 53 mil m², além de seus três terminais de linhas que são: terminal da Casa de Saúde, terminal do Maneco e terminal da Tancredo Neves e tem grande representatividade na área a que se destina, sendo responsável pela maior parte de todo o transporte coletivo da cidade.

Dentro da área operacional da empresa existem vários setores, mas determinou-se o setor de tráfego como objeto de estudo por ser o maior e mais representativo à empresa, quando se considera o número de colaboradores vinculados.

Na área administrativa aplicou-se o formulário somente com os colaboradores contratados pela empresa, desconsiderando os demais que são terceirizados e possuem contrato com a empresa Venetto.

3.2 Quanto aos objetivos

No que tange ao atendimento dos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva. Gil (2010) diz que uma pesquisa desse tipo é aquela que busca descrever características de determinada população ou fenômeno e usa técnicas padronizadas de coleta de dados, como por exemplo, o questionário.

Nessa pesquisa procurou-se descrever de que maneira os colaboradores da Expresso Medianeira percebem as suas ações de responsabilidade social, sem interferência do pesquisador que apenas analisou a frequência com que os dados ocorrem. Esse tipo de pesquisa, conforme constata Lakatos e Marconi (2005, p.189) “contém um grande número de variáveis e utiliza técnicas de amostragem [...] quando pesquisa aspectos qualitativos como atitudes e opiniões, emprega escalas que permitem a quantificação”. Esse é o caso da avaliação da responsabilidade social da empresa por parte dos colaboradores. Para tal foi usada a escala Likert, onde o respondente, conforme Appolinário (2010) indica um grau de discordância ou concordância em relação a determinado objeto.

3.3. Quanto aos procedimentos técnicos

Ao considerar a análise da percepção dos colaboradores da Expresso Medianeira em relação às ações de responsabilidade social por ela desenvolvidas, esta pesquisa enquadra-se como sendo um estudo de caso, tendo em vista os procedimentos metodológicos.

Marconi e Lakatos (2004, p. 273) destacam que o estudo de caso “vem de uma tradição de sociólogos e se caracteriza por dar especial atenção a questões que podem ser conhecidas por meio de casos”.

Com o objetivo de coletar os dados na empresa, foram elaborados dois formulários (vide Anexo A e B) que foram aplicados junto aos colaboradores durante o mês de março do ano de 2015.

O primeiro formulário foi direcionado aos Colaboradores da área operacional (vide Anexo A) da Expresso Medianeira Ltda, formado por 20 questões fechadas, afim de se atingir os objetivos específicos. As 5 primeiras questões buscavam traçar o perfil dos colaboradores da empresa. As próximas 4 questões atendiam ao objetivo específico de se analisar o nível de conhecimento dos colaboradores em relação a responsabilidade social da empresa e por fim, estão as questões para avaliar a responsabilidade social da Expresso Medianeira no ano de 2015. Essas questões terão resultado de avaliação segundo a escala Likert.

Esse primeiro formulário foi aplicado nas três primeiras semanas do mês de março do ano de 2015 quando determinou-se, dentre os setores considerados da área operacional, o setor de tráfego, por ser considerado o mais relevante dentro da empresa e também por ser formado pelos colaboradores que trabalham diretamente com a atividade fim da empresa. Esse setor é composto por aproximadamente 437 colaboradores entre motoristas de ônibus, cobradores de ônibus e fiscais, que ficam distribuídos entre os três terminais da empresa. Determinou-se uma amostra de 30% como sendo representativa dessa população, sendo aplicados 130 formulários. O trabalho de campo foi realizado nos terminais do Colégio Manoel Ribas e Tancredo Neves.

O segundo formulário (vide Anexo B) foi direcionado aos colaboradores da área administrativa da empresa. O mesmo era composto por 27 questões fechadas e 1(uma) aberta afim de responder os objetivos específicos. As primeiras questões procuram traçar o perfil dos colaboradores da empresa, sendo que as demais analisam o nível de conhecimento deles. Por fim buscou-se saber como a empresa divulga informações de caráter socioambiental.

O item 4.1 foi construído através de uma análise de conteúdo feita junto ao site da empresa Expresso Medianeira Ltda.

A área administrativa da empresa é composta por 27 colaboradores que são contratados pela empresa Expresso Medianeira e o restante são terceirizados da empresa Venetto. Então, para fins de pesquisa da

responsabilidade social julgou-se melhor trabalhar somente com os colaboradores que mantêm vínculo com a Empresa Expresso Medianeira Ltda. Da mesma forma que foi feito na área operacional, calculou-se uma amostra de 30% para a aplicação do formulário, totalizando 08 colaboradores nessa área.

Após a aplicação dos formulários, partiu-se para a tabulação dos dados utilizando-se o *software Excel* como ferramenta para essa tabulação e geração dos gráficos para posterior análise, bem como o cálculo dos percentuais.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo apresenta a análise dos dados obtidos através da aplicação do questionário aos colaboradores das áreas administrativa e operacional da empresa Expresso Medianeira Ltda.. Os mesmos foram analisados à luz da teoria existente, referente à responsabilidade social.

Primeiramente identificou-se o perfil dos colaboradores, tanto da área administrativa como da área operacional, considerando-se importante para essa identificação a idade, o sexo, o grau de escolaridade, o tempo de trabalho na empresa e o cargo ocupado.

Na sequência, procurou-se avaliar o nível de conhecimento sobre a temática responsabilidade social dos colaboradores da área administrativa, bem como o seu envolvimento nos projetos sociais que a empresa desenvolve.

A percepção por parte dos colaboradores quanto à responsabilidade social da empresa foi verificada junto às duas áreas. Por fim, juntamente aos colaboradores da área administrativa, procurou-se avaliar a questão da divulgação das informações referente às ações de responsabilidade social, praticadas pela empresa em estudo.

4.1 A prática da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda.

A empresa escolhida para estudo é uma empresa renomada na cidade de Santa Maria/RS e destaque na área em que atua há 64 anos. Possui uma trajetória de sucesso sendo reconhecida por órgãos externos e pela comunidade local.

Esse reconhecimento é evidenciado através das inúmeras certificações que recebeu ao longo desses anos. Dentre elas podem ser citadas:

- a) Certificação de Responsabilidade Social;
- b) Referencial de Excelência do Brasil, em 2007;
- c) Prêmio ANTP(Associação Nacional de Transporte Público) de qualidade em 2003 e 2005 - Melhor empresa de transporte coletivo urbano do país;
- d) Prêmio Responsabilidade Social, ano 2002;

Destaca-se também que em 2008 a Expresso Medianeira Ltda. ficou entre as 100 melhores empresas para se trabalhar, segundo a Revista Época. Esses reconhecimentos devem-se ao fato de que a empresa possui uma gama de projetos sociais a fim de atender seu público interno, bem como o seu público externo.

A empresa definiu cinco partes interessadas como fundamentais para a sua existência que são: Clientes/Comunidade, Colaboradores, Meio ambiente, Fornecedores e Acionistas. A partir dessa definição implantou projetos que visassem atender às necessidades de cada parte interessada, previamente definida.

Os clientes são considerados a razão de ser da empresa, que se preocupa com o bem estar dos mesmos. Por esse motivo e para estreitar os laços com a comunidade, procurou desenvolver projetos como: Programa Comunidade, onde os líderes comunitários são chamados para dentro da empresa a fim de expor suas expectativas perante o transporte; Programa Viver Bem no Trânsito, em que são recebidos, na sede da empresa, crianças que estão cursando até o 3º ano do ensino fundamental, semanalmente. Esses alunos recebem palestras de educação no trânsito.

A empresa participa da Campanha do Agasalho, juntamente com a prefeitura municipal, colocando caixas coletivas nos ônibus e estimulando a participação de seus colaboradores. Um dos grandes projetos da empresa denomina-se Um Sonho de Natal em que, todos os anos, recebem-se cartas de crianças com idade entre 6 e 10 anos, referindo-se a um sonho de natal. Os pedidos são atendidos através de um colaborador da empresa, vestido de papai Noel e outros colaboradores vestidos de duendes.

Para a empresa o cuidado e o respeito com o meio ambiente são extremamente relevantes, procurando evitar danos ou colaborando para a preservação do meio ambiente. Para esse objetivo foi criado o Programa Ambiental Medianeira (PAM). Além de desenvolver diversas atividades voltadas para a preservação do meio ambiente tais como: arborização, separação do óleo, controle de ruído e fumaça, reflorestamento, encaminhamento das sucatas para reciclagem, reaproveitamento de 80% da água utilizada na lavagem dos ônibus, promove palestras de conscientização sobre questões ecológicas e ainda participa do programa despoluir, que visa

promover a redução de poluentes para a melhoria da qualidade do ar e do uso racional de combustíveis.

Os fornecedores também são considerados pela empresa em seus programas sociais. A empresa procura manter um bom relacionamento com os mesmos, além de agir de forma ética e exigir que os mesmos não explorem nenhum tipo de trabalho infantil, para isso a empresa possui um código de ética, criado em 2006, que é repassado para todos os fornecedores.

Além disso, ela acredita que a qualidade dos serviços depende da qualidade dos produtos adquiridos, por isso foi criado o programa de qualidade no fornecimento dos produtos e serviços.

A alta direção da empresa também é considerada uma parte interessada, pois se considera que o bom andamento dos programas e motivação dos colaboradores só será possível com uma direção atuante. Para eles, o lucro é visto como uma forma de investimento e crescimento para oferecer mais empregos e desenvolver a comunidade.

Os colaboradores são considerados fundamentais para o sucesso da empresa. A mesma reconhece que os problemas do dia-a-dia influenciam no desempenho e por isso a empresa busca estreitar os laços com colaboradores e familiares criando programas direcionados para esse fim. Entre eles, destacam-se Treinamento, com o projeto Educar a empresa incentiva os colaboradores a concluir seus estudos; através do Programa Valorizando Ideias os colaboradores têm a possibilidade de apresentar ideias para o melhoramento do ambiente de trabalho; com o Programa Cultura e Lazer, a empresa proporciona aos colaboradores e seus familiares a oportunidade de participar de atividades culturais e artísticas; possui uma biblioteca onde o colaborador e seus familiares têm acesso, gratuitamente, a diversos exemplares de livros, revistas e publicações, o que incentiva também os filhos dos colaboradores. Esses são alguns dos programas voltados para o corpo funcional da empresa Expresso Medianeira Ltda.

4.2 Perfil dos colaboradores - área administrativa e operacional

Com o objetivo de traçar o perfil dos colaboradores da empresa, trabalhou-se com algumas questões que permitissem chegar a tal resultado. A Figura 3 apresenta o gênero dos colaboradores da área administrativa da empresa.

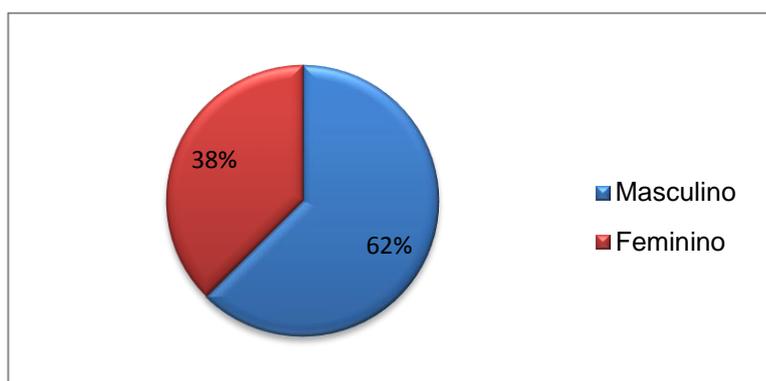


Figura 3-- Gênero dos colaboradores - área administrativa

Fonte- Elaboração própria

Observa-se, conforme demonstra a Figura 3, que a área administrativa da empresa, considerando-se os respondentes do questionário é formada de 62% de colaboradores do gênero masculino e 38% de colaboradores do gênero feminino.

O estudo também levantou o gênero dos colaboradores lotados no setor de tráfego da área operacional. A Figura 4 revela os resultados encontrados.

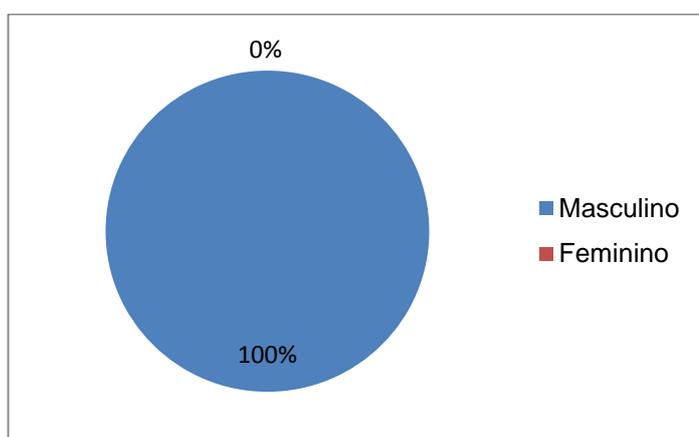


Figura 4- Gênero dos colaboradores - área operacional

Fonte-Elaboração própria

Pode-se observar, pela Figura 4, que 100% dos colaboradores que trabalham na área operacional (setor de tráfego), considerando-se a população amostral, são do gênero masculino. Esses desenvolvem as atividades de motorista, cobrador de ônibus e fiscal de ônibus.

O estudo realizado também teve por preocupação levantar a idade dos colaboradores da Expresso Medianeira Ltda. A Figura 5 evidencia os resultados obtidos junto a área administrativa.

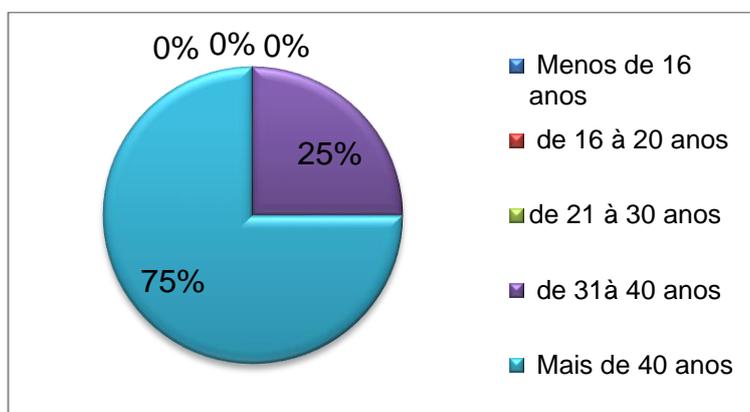


Figura 5- Idade dos colaboradores - área administrativa

Fonte- Elaboração própria

Através da análise do gráfico (Figura 5) pode-se perceber que a grande maioria dos colaboradores que responderam ao formulário é composta por trabalhadores maiores de 40 anos, seguidos de trabalhadores que possuem idade entre 31 e 40 anos

Percebe-se que a empresa valoriza os trabalhadores maiores de 40 anos, mantendo-os em seu corpo funcional, bem como respeita a lei que proíbe o trabalho antes dos 16 anos, exceto na condição de aprendiz.

Na área operacional, a maioria tem idade entre 31 e 40 anos, conforme demonstra a Figura 6.

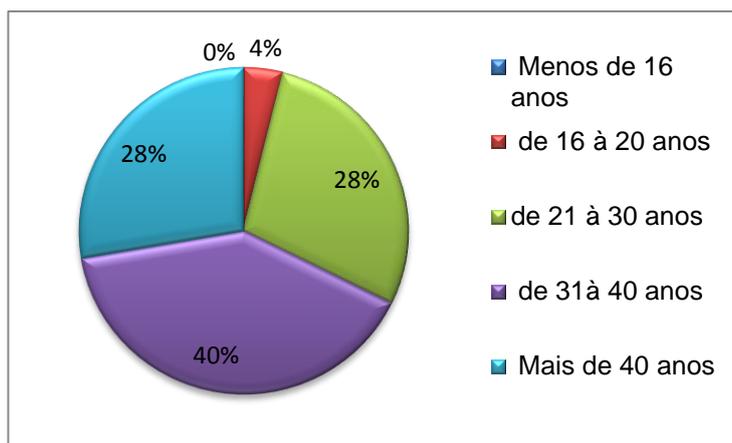


Figura 6- Idade dos colaboradores - área operacional

Fonte- Elaboração própria

Outro dado importante de se analisar, no que tange o perfil dos colaboradores, trata do grau de escolaridade dos mesmos, representado através da Figura 7.

Pode-se perceber que a escolaridade dos colaboradores administrativos é bem diversificada, de acordo com a população amostral, mas que a maior parte possui o ensino médio completo e superior incompleto.

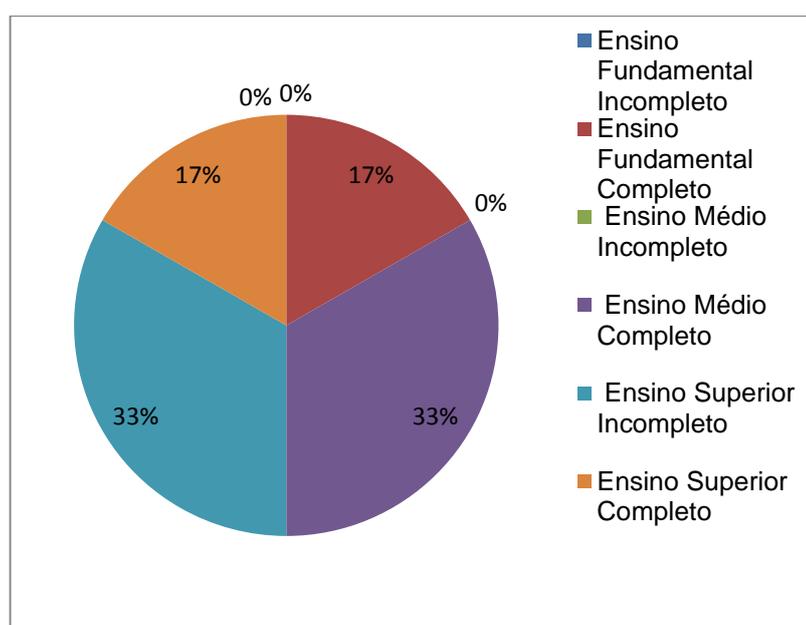


Figura 7- Escolaridade dos colaboradores - área administrativa

Fonte- Elaboração própria

Já na área operacional, a escolaridade dos colaboradores fica concentrada no ensino médio completo, como pode-se perceber através da Figura 8.

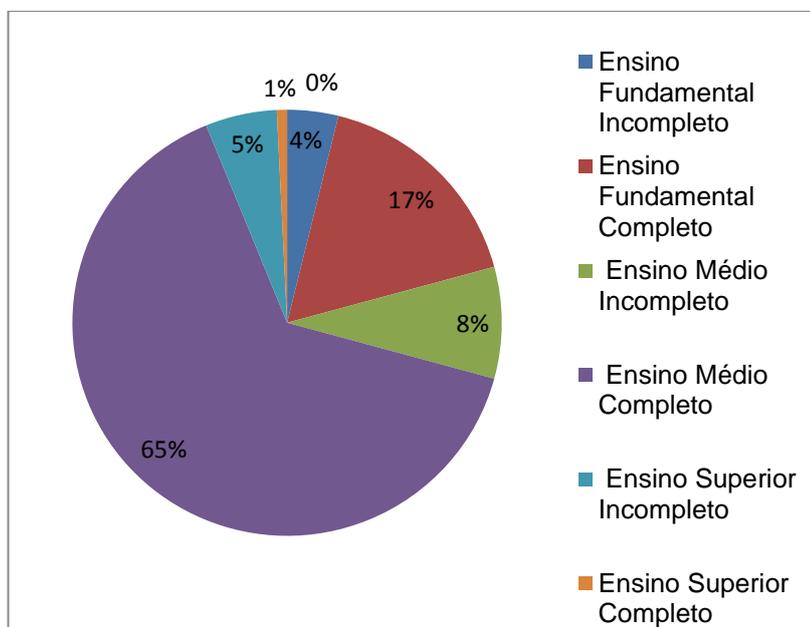


Figura 8- Escolaridade dos colaboradores - área operacional

Fonte- Elaboração própria

Observa-se desta maneira (Figura 8) que os colaboradores que ocupam cargo de motorista, cobrador e fiscal de ônibus, em sua maioria possuem o ensino médio completo.

A educação pode ser um campo explorado pela empresa no que diz respeito aos programas de responsabilidade social de âmbito interno, pois muitos colaboradores podem ser oportunizados pela empresa a expandir seu grau de instrução. Conforme Vellani (2011), além de trabalhar para gerar lucro para os proprietários, a empresa pode investir em educação para seus colaboradores.

O tempo de trabalho na empresa também foi verificado para poder se traçar o perfil dos seus colaboradores. A Figura 9 evidencia o tempo de empresa dos colaboradores da área administrativa.

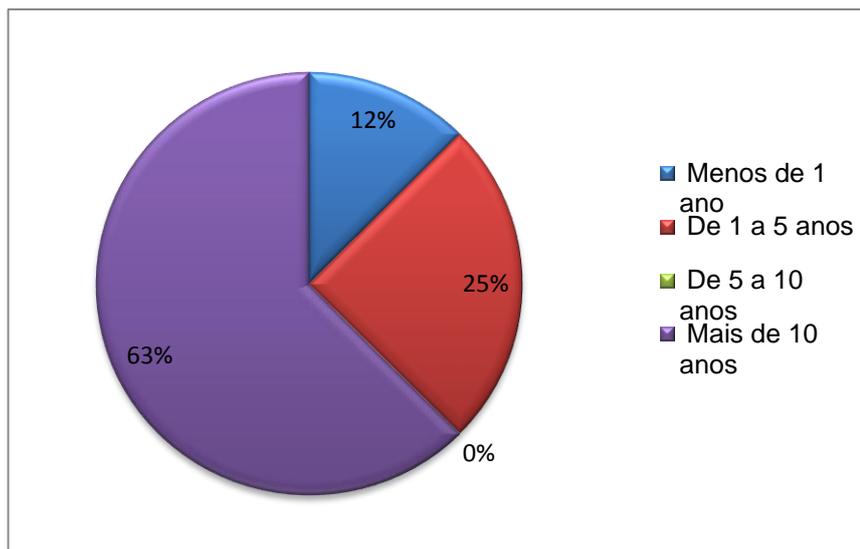


Figura 9- Tempo de trabalho na empresa - área administrativa

Fonte- Elaboração própria

A grande maioria dos entrevistados que responderam ao formulário, conforme revela a Figura 9, possui mais de 10 anos de trabalho na empresa.

A Figura 10 apresenta o tempo de trabalho que os colaboradores da área operacional possuem na empresa.

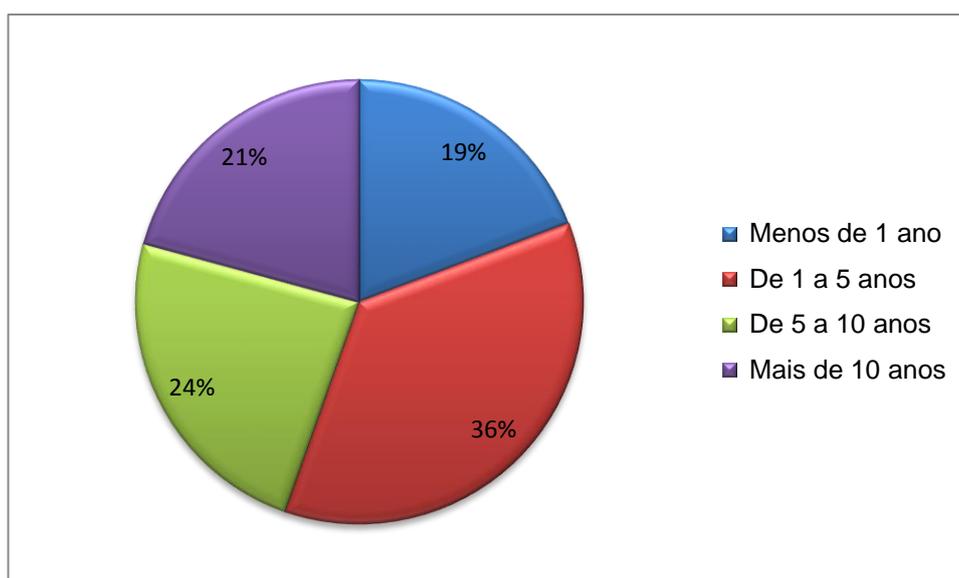


Figura 10- Tempo de trabalho na empresa - área operacional

Fonte- Elaboração própria

Diferentemente dos resultados da área administrativa, o tempo de trabalho dos colaboradores junto ao setor de tráfego é relativamente baixo, variando entre 1 e 5 anos (Figura 10).

Na área administrativa é notório que a empresa possibilita que os colaboradores criem um vínculo com a mesma, esses colaboradores dedicaram anos de sua vida à empresa em que trabalham.

4.3 Nível de conhecimento sobre responsabilidade social

Com o propósito de avaliar o nível de conhecimento dos colaboradores da empresa a respeito da responsabilidade social foi questionado se os mesmos já tinham ouvido falar em responsabilidade social. A Figura 11 revela os resultados obtidos junto aos colaboradores da área administrativa.

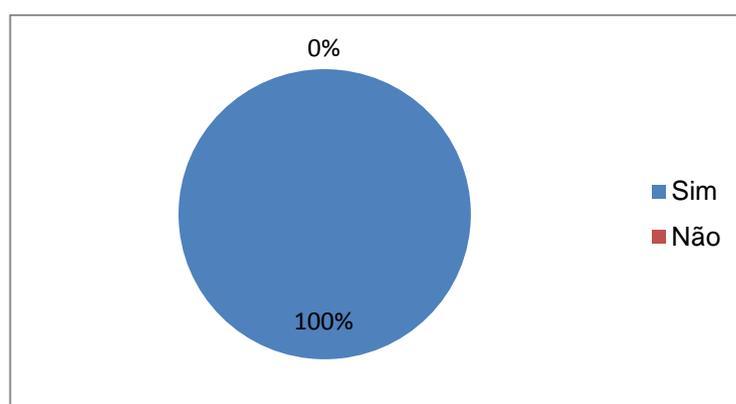


Figura 11 Já ouviu falar em responsabilidade social – área administrativa

Fonte- Elaboração própria

A Figura 11 deixa evidente que todos os colaboradores da área administrativa, considerando-se a população amostral, já ouviram falar sobre responsabilidade social.

Os colaboradores da área operacional também foram questionados a respeito. A Figura 12 mostra os resultados a que a pesquisa chegou.

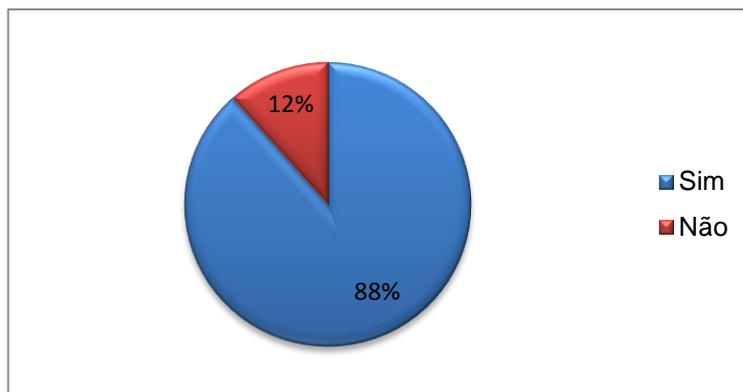


Figura 12- Já ouviu falar em responsabilidade social - área operacional

Fonte- Elaboração própria

Como pode ser observado na Figura 12 o nível de conhecimento detido pelos motoristas, cobradores e fiscais de ônibus, acerca do tema responsabilidade social, é de 88%.

Poder-se-ia considerar quase nula a hipótese de que os colaboradores nunca tivessem ouvido falar em responsabilidade social, pois trabalham em uma empresa considerada socialmente responsável. O conhecimento acerca do assunto é fundamental para que haja o envolvimento dos colaboradores com as ações desenvolvidas pela organização, envolvimento esse que será responsável pelos resultados que a empresa espera alcançar quando decide ser socialmente responsável.

4. 4 Responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda. na percepção dos colaboradores da área administrativa

Foi avaliada a percepção acerca da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda., sob a ótica dos seus administradores.

A empresa estudada pode ser reconhecida por sua responsabilidade social através da qualidade dos serviços prestados. Nesse sentido, o estudo buscou saber se a administração da mesma está envolvida e reconhece os projetos de responsabilidade social praticados por ela.

A fim de se saber o envolvimento dos colaboradores da área administrativa da empresa foram expostas as respostas sobre esse assunto. Primeiramente os

mesmos foram questionados se conheciam a funcionalidade dos projetos ligados à responsabilidade social. A Figura 13 apresenta esse resultado.

De acordo com a Figura 13 todos os colaboradores da área administrativa (conforme população amostral) conhecem a funcionalidade dos projetos de responsabilidade social desenvolvidos pela empresa Expresso Medianeira Ltda.

Para que a prática da responsabilidade social traga os benefícios esperados é necessário que haja um bom gerenciamento dessa prática. Conforme Schenini (2005) os colaboradores precisam estar envolvidos na ação e acreditar no que estão fazendo.

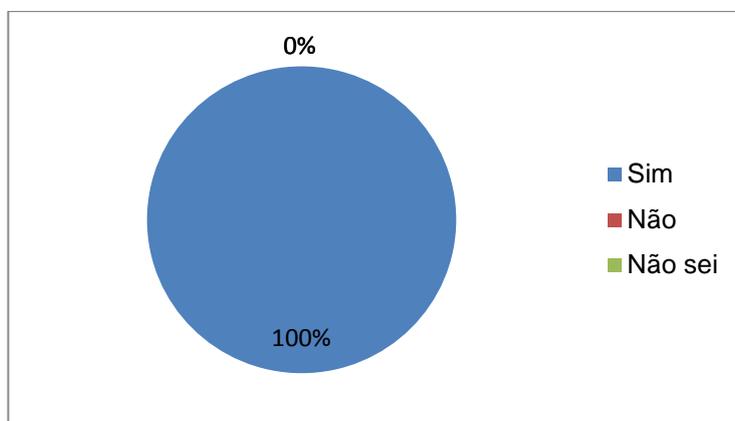


Figura 13- Conhece a funcionalidade dos projetos sociais
Fonte- Elaboração própria

Os colaboradores da área administrativa também foram questionados sobre o principal motivo dos investimentos em responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira. O resultado está apresentado na Figura 14.

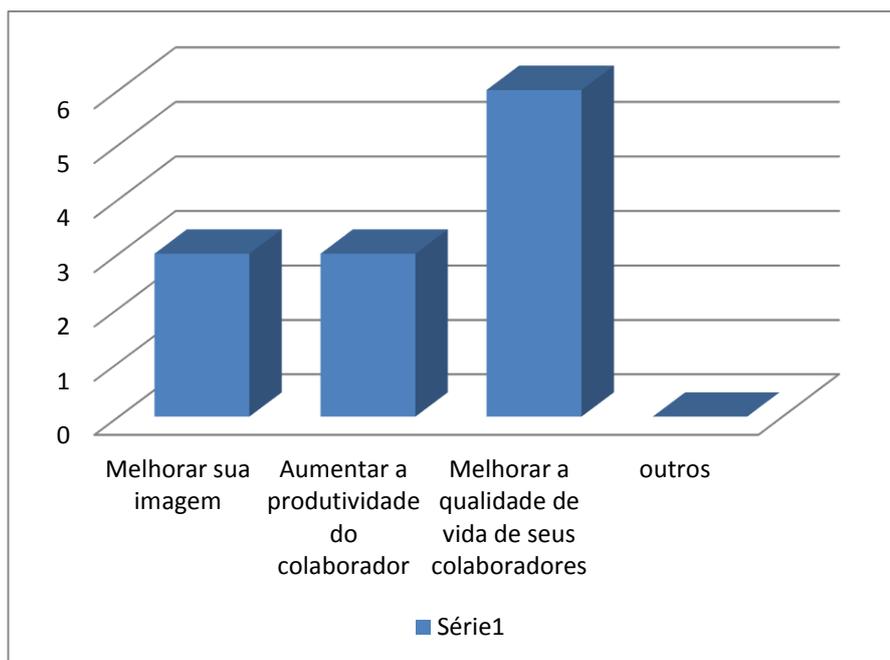


Figura 14 Motivo para se investir em responsabilidade social

Fonte- Elaboração própria

A maioria dos entrevistados, como pode ser visualizado na Figura 14, acredita que a empresa investe em responsabilidade social com a motivação de melhorar a qualidade de vida de seus colaboradores. Concomitantemente com esse motivo, os colaboradores da área administrativa acreditam que através das práticas de responsabilidade social ocorre uma melhoria da imagem da empresa, bem como um aumento da produtividade dos colaboradores.

Melo Neto e Froes (2001) dizem que a empresa deve investir em responsabilidade social porque é certo e justo assim proceder. Ao se estabelecer, a empresa se apropria de recursos naturais e humanos, que retira do espaço ao seu redor e precisa reparar essa usurpação, investindo em projetos que visem a melhoria da qualidade de vida de seus colaboradores, bem como da comunidade em geral.

Por outro lado um dos benefícios resultantes da prática da responsabilidade social da empresa é a melhoria de sua imagem perante a comunidade. Segundo Bertoncetto e Chang Júnior (2014), a empresa responsável socialmente tem sua imagem reforçada e se torna uma empresa destacada das demais e sua marca ganha mais visibilidade e aceitação.

Além disso, conforme os mesmos autores (2014) outro retorno obtido com a prática da responsabilidade social é o aumento da produtividade dos colaboradores que sentem orgulho por fazer parte de uma empresa responsável socialmente. , foram questionados sobre o grau de importância dado aos projetos direcionados para cada parte interessada da empresa.

Com o propósito de se saber a qual área da responsabilidade social os colaboradores da área administrativa atribuíam maior valor

A Figura 15 revela a importância atribuída aos projetos voltados à parte interessada, clientes e comunidade.

A maioria dos colaboradores da área administrativa (87%), conforme população amostral considera muito importante os projetos de responsabilidade social voltados para os clientes e à comunidade.

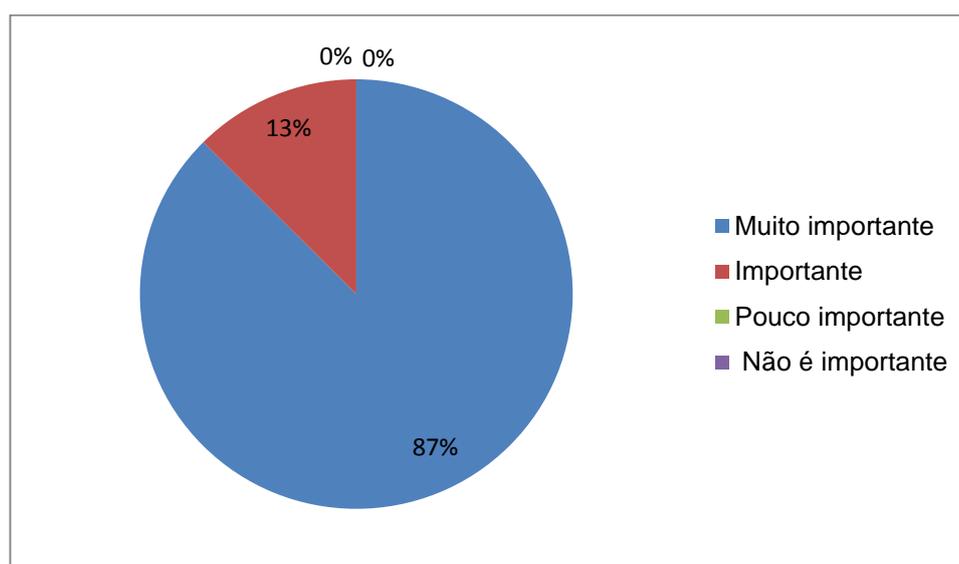


Figura 15- Responsabilidade social voltada para os clientes e comunidade

Fonte- Elaboração própria

Considerando os projetos de responsabilidade social de âmbito externo, eles foram questionados sobre o grau de importância atribuído aos programas que visam à preservação do meio ambiente. O resultado está apresentado na Figura 16.

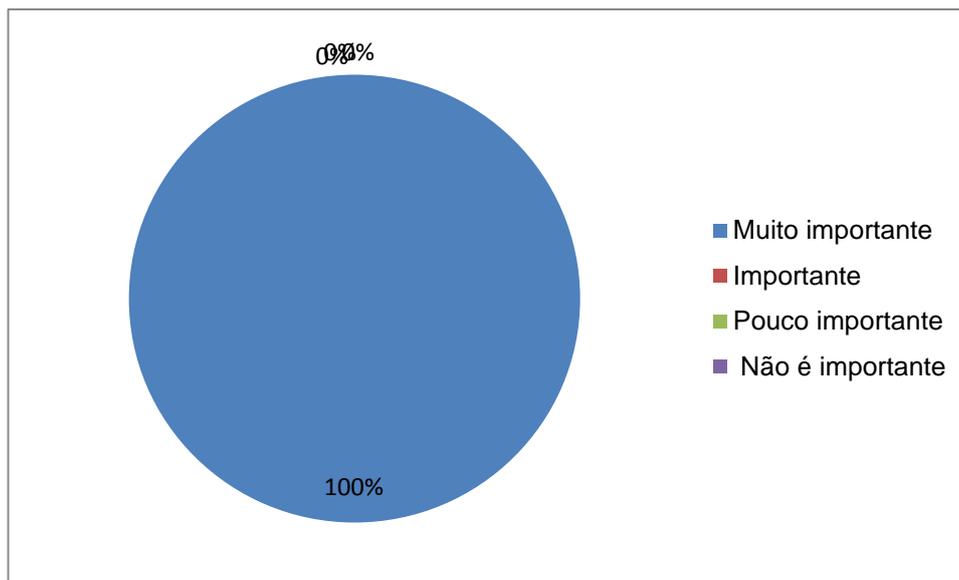


Figura 16 Responsabilidade social voltada para o meio ambiente

Fonte- Elaboração própria

Em relação aos programas que reduzem os impactos ambientais causados pela empresa, os colaboradores foram unânimes em considerar muito importantes. Por outro lado, os colaboradores foram questionados sobre o grau de importância atribuído aos investimentos direcionados ao corpo funcional da empresa e o resultado está apresentado na Figura 17.

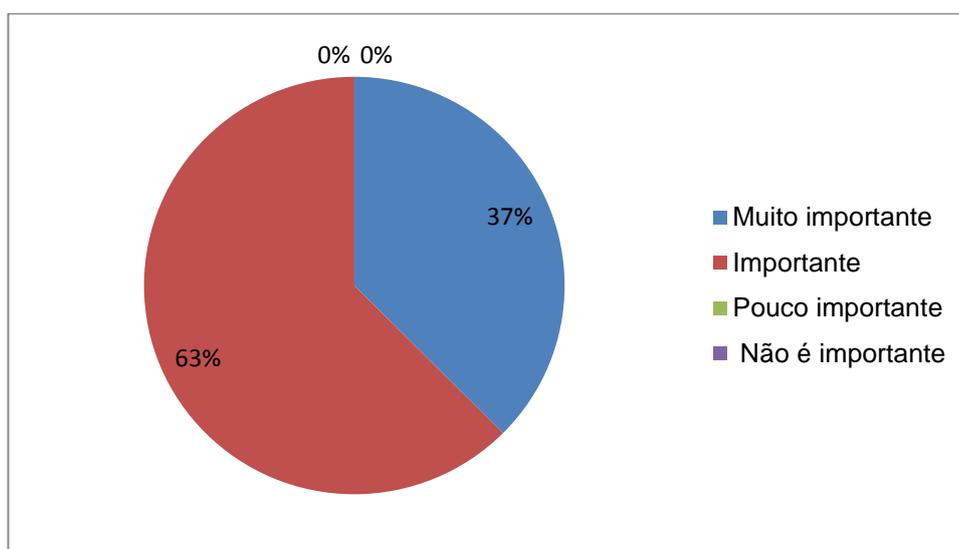


Figura 17 Responsabilidade social voltada para os colaboradores

Fonte- Elaboração própria

As práticas de responsabilidade social voltadas para os colaboradores da empresa foram consideradas muito importantes por apenas 37% dos colaboradores da área administrativa. Já 63% avaliaram essas ações como sendo muito importantes.

Esses resultados revelam que a empresa valoriza a responsabilidade social de âmbito externo, assim como, de âmbito interno. Segundo Mello Neto e Froes (2001) uma empresa só pode ser chamada de cidadã quando direciona investimentos para programas que beneficiem a área externa da empresa sem deixar de direcionar benefícios para o seu corpo funcional.

Vale ressaltar que o percentual de colaboradores que considerou as práticas de responsabilidade social voltadas para o corpo funcional como sendo muito importantes foi menor do que o percentual de colaboradores da área administrativa que considerou as práticas de responsabilidade social voltadas para o público externo e meio ambiente como sendo muito importantes. Nesse sentido, segundo Melo Neto e Froes(2001), existem empresas que valorizam mais a responsabilidade social externa do que a interna e isso é característico daquelas empresas que usam a responsabilidade social apenas como *marketing* e não como forma de melhoramento da sociedade em geral.

Para se formar uma ideia da responsabilidade social desenvolvida pela empresa Expresso Medianeira Ltda., os colaboradores da área administrativa foram questionados sobre o assunto. Quando questionados se a empresa mantinha controle da poluição gerada por suas atividades, a resposta foi positiva. A maioria dos colaboradores percebem essa prática de responsabilidade social. Esse resultado pode ser observado na Figura 18.

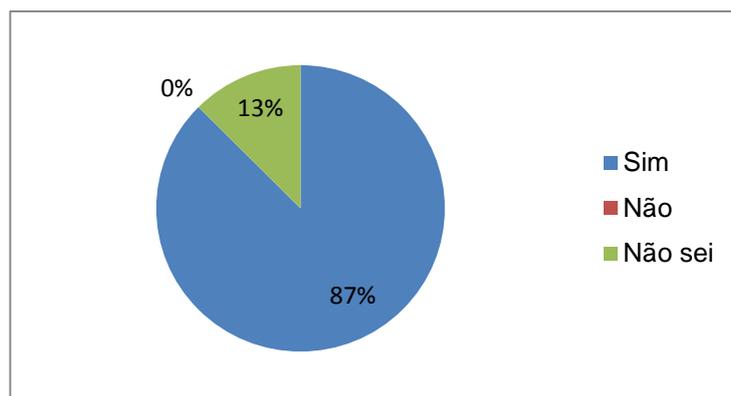


Figura 18- A empresa mantém controle da poluição gerada por suas atividades

Fonte- Elaboração própria

A Figura 18 evidencia que 87% dos entrevistados, conforme a população amostral, diz que a empresa investe em meio ambiente, mantendo controle da poluição gerada por suas atividades. Uma empresa que deseja manter-se no mercado por um longo período de tempo, segundo Barbieri e Silva (2008) precisa desenvolver-se sem comprometer o desenvolvimento das gerações futuras. Dessa forma, é imprescindível que alie ao seu resultado econômico a preservação do meio ambiente.

Os colaboradores também foram indagados com respeito a assuntos relacionados à responsabilidade social interna. Primeiramente, questionou-se se a empresa investe em seu corpo funcional, proporcionando cursos, treinamentos ou bolsas de estudo. O resultado pode ser observado na Figura 19.

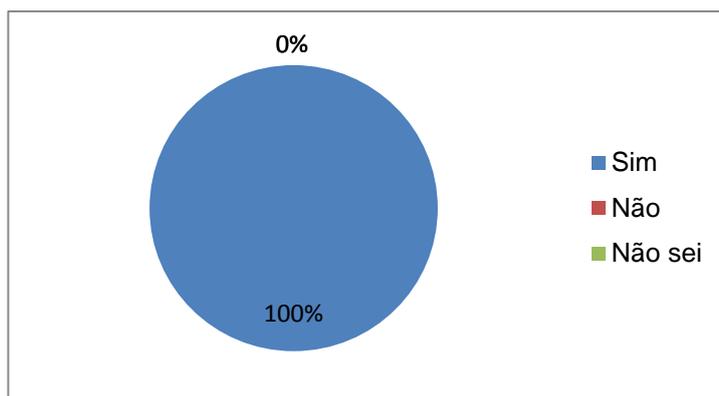


Figura 19- A empresa investe em seus colaboradores

Fonte- Elaboração própria

Todos os entrevistados da área administrativa, conforme a população amostral, disseram que a empresa investe no seu corpo funcional. Segundo Instituto Ethos, o funcionário é um dos mais importantes stakeholders da empresa. Esta precisa atuar de forma socialmente responsável com eles e ir além dos direitos que estão garantidos na legislação. Ao contribuir para o desenvolvimento e promoção de seu colaborador a empresa maximiza sua produtividade, criando um ambiente mais agradável.

Os colaboradores da área administrativa foram indagados se a empresa disponibiliza pagamentos em dia e boas condições de trabalho. A Figura 20 revela esse resultado.

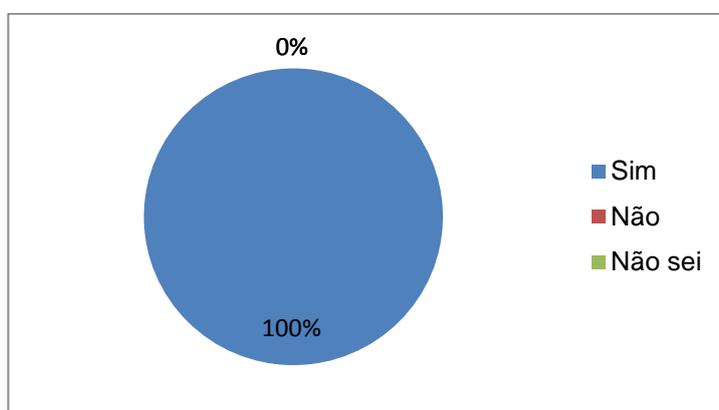


Figura 20 Disponibilização de pagamentos em dia e boas condições de trabalho

Fonte- Elaboração própria

Pode-se perceber que todos os colaboradores da área administrativa reconhecem que a empresa disponibiliza pagamentos em dia e boas condições de trabalho aos seus colaboradores.

O salário é um dos principais fatores motivacionais para o colaborador, além disso, ao disponibilizar o pagamento em dia a empresa oportuniza o colaborador a programar suas finanças, podendo assim ter uma vida digna e tranquila sabendo que receberá os valores acertados em seu contrato sempre no tempo esperado.

Além disso, é importante que se tenha boas condições de trabalho, pois o colaborador passa uma boa parte de seu tempo na empresa e necessita de um ambiente agradável para se trabalhar e produzir melhor, além de se aumentar a qualidade de vida do mesmo.

Também se considerou importante avaliar se a empresa estudada respeita a legislação que proíbe o trabalho antes dos 16 anos, exceto na condição de aprendiz. A Figura 21 apresenta as respostas obtidas.

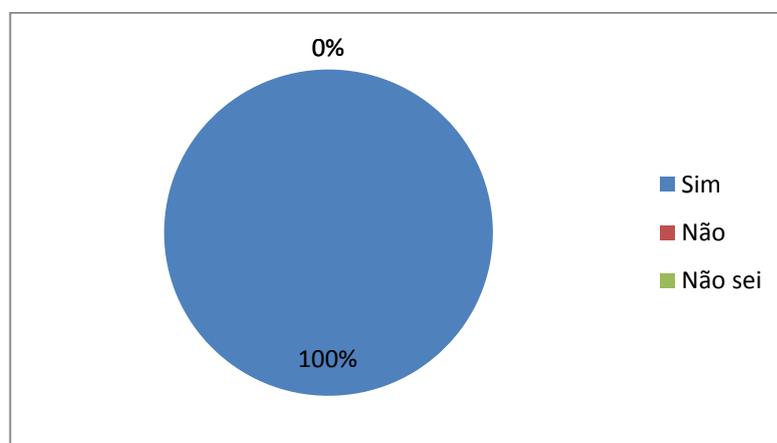


Figura 21 Respeita a legislação que proíbe o trabalho antes dos 16 anos
Fonte- Elaboração própria

Como era de se esperar de uma empresa tão adepta às ações de responsabilidade social, 100% dos colaboradores da área administrativa, conforme população amostral, diz que a empresa não contrata menores de 16 anos. Esse fato pode ser evidenciado quando se analisou o perfil dos colaboradores, realmente não foi entrevistado nenhum colaborador com idade menor do que 16 anos.

O trabalho antes dos 16 anos, que não for à condição de aprendiz, é considerado trabalho infantil. As empresas podem contratar jovens com idade a partir dos 14 anos na condição de aprendiz, ou seja, esse jovem pode trabalhar e estudar ao mesmo tempo.

Os colaboradores foram questionados acerca de se a empresa atua contra a discriminação. Quando se considera os colaboradores maiores de 40 anos, o resultado pode ser visto na Figura 22.

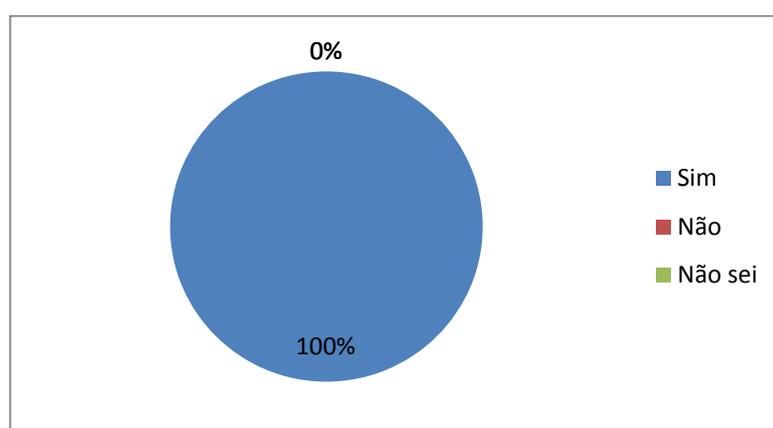


Figura 22 - Atua contra a discriminação em relação aos colaboradores maiores de 40 anos

Fonte- Elaboração própria

Todos os colaboradores da área administrativa reconhecem que a empresa atua contra a discriminação de trabalhadores maiores de 40 anos. Esse fato pode ser evidenciado quando foi realizada a análise do perfil dos colaboradores, em que 40% dos colaboradores da área operacional possuem mais de 40 anos e 75% dos colaboradores da área administrativa tem idade maior do que 40 anos.

Da mesma forma, procurou-se saber se a empresa respeita a diversidade e oferece iguais condições de trabalho a todos. O resultado encontra-se na figura 23.

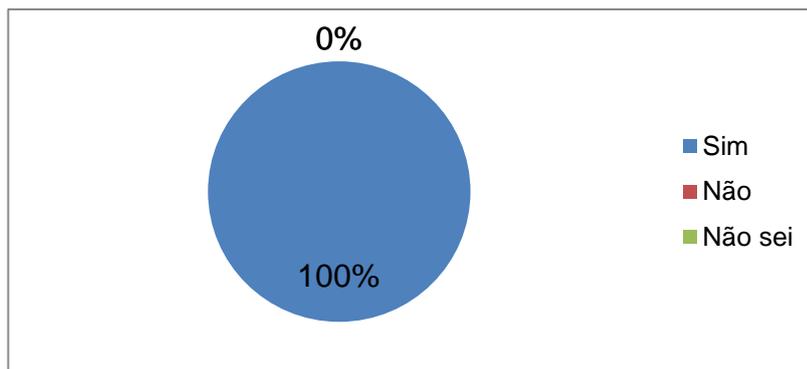


Figura 23- Respeita a diversidade e proporciona iguais condições de trabalho a todos

Fonte- Elaboração própria

Todos os colaboradores da área administrativa acreditam que a empresa estudada respeita a diversidade e oferece iguais condições de trabalho a todos.

Uma empresa que contribui para o desenvolvimento da sociedade precisa contribuir para a diminuição de preconceitos tão presentes em nosso país.

4. 5 Percepção da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda. pelos colaboradores da área operacional.

Foi avaliada a percepção acerca da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda., sob a ótica dos seus colaboradores, representados pelo setor de tráfego da área operacional.

Os mesmos avaliaram a responsabilidade social através da escala likert. Procurou-se saber, primeiramente, como a responsabilidade social externa da empresa era percebida pelos colaboradores da área operacional. O resultado está apresentado na Figura 24.

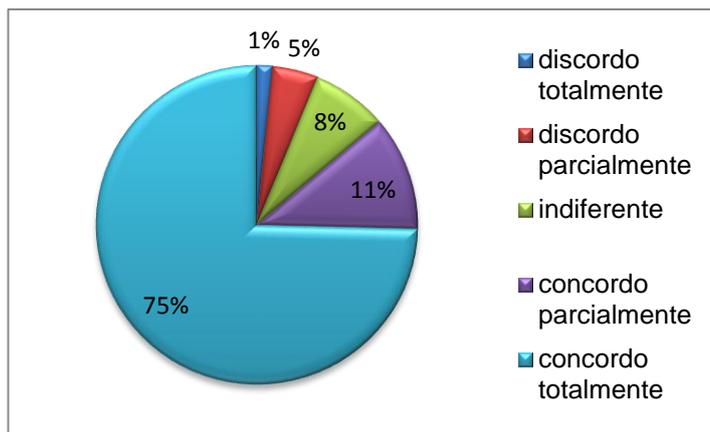


Figura 24- A empresa investe em meio ambiente

Fonte- Elaboração própria

Como se pode perceber (Figura 24), a maioria dos colaboradores da área operacional, representando 75%, conforme população amostral, concordam totalmente com essa afirmação.

Ainda em relação à responsabilidade social de âmbito externo, eles foram questionados sobre os investimentos voltados para a sociedade. O resultado se faz presente na Figura 25.

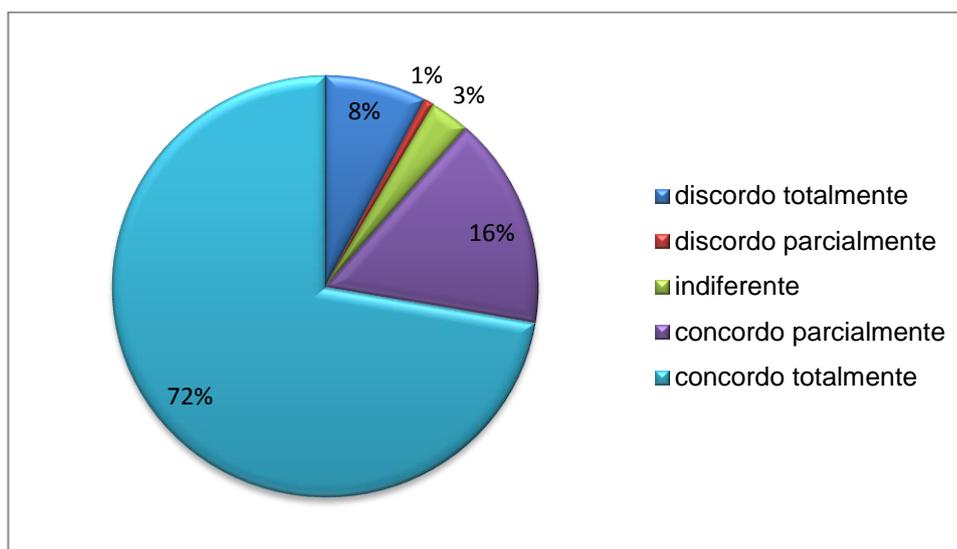


Figura 25 A empresa contribui para o desenvolvimento da sociedade

Fonte- Elaboração própria

O resultado obtido (Figura 25) também foi favorável, pois a maioria dos colaboradores percebe esses investimentos.

Em relação à responsabilidade social interna, foram realizadas indagações a fim de se saber se realmente os colaboradores percebem esses investimentos, pois os recursos direcionados ao corpo funcional têm o principal propósito de se aumentar a produtividade dos mesmos e, caso não sejam percebidos, não irão atingir os objetivos esperados pela empresa.

Procurou-se levantar se a empresa proporciona cursos, treinamento, ou bolsas de estudo aos seus colaboradores. O resultado está evidenciado na Figura 26

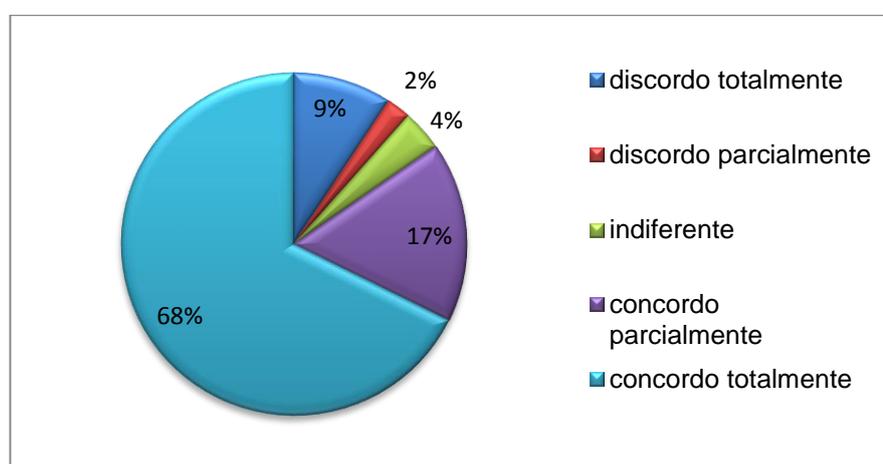


Figura 26- A empresa proporciona cursos, treinamento ou bolsa de estudos

Fonte- Elaboração própria

Grande parte dos colaboradores percebe esse investimento da empresa, mas vale ressaltar que uma parte significativa não reconhece esses recursos direcionados para a promoção de seus funcionários. Talvez esse resultado se deve ao fato de que 19% dos colaboradores da área operacional tenham menos de 1 ano na empresa e ainda não consigam perceber esses investimentos.

Considera-se importante enfatizar que nessa parte ainda há muito que ser feito, pois os colaboradores possuem em sua maioria ensino médio completo. A empresa ainda pode proporcionar aos mesmos chances de crescimento no que se refere ao grau de instrução. Além disso, esse

investimento apresenta retorno para a empresa, pois um funcionário bem capacitado irá ter um melhor rendimento no trabalho, a empresa que proporciona chances do seu colaborador estudar está contribuindo para o desenvolvimento da sociedade, pois não se pode esquecer que aquela pessoa contratada para oferecer sua mão - de - obra faz parte de uma comunidade.

No estudo, questionou-se, também, se a empresa proporciona boas condições de trabalho (Figura 27).

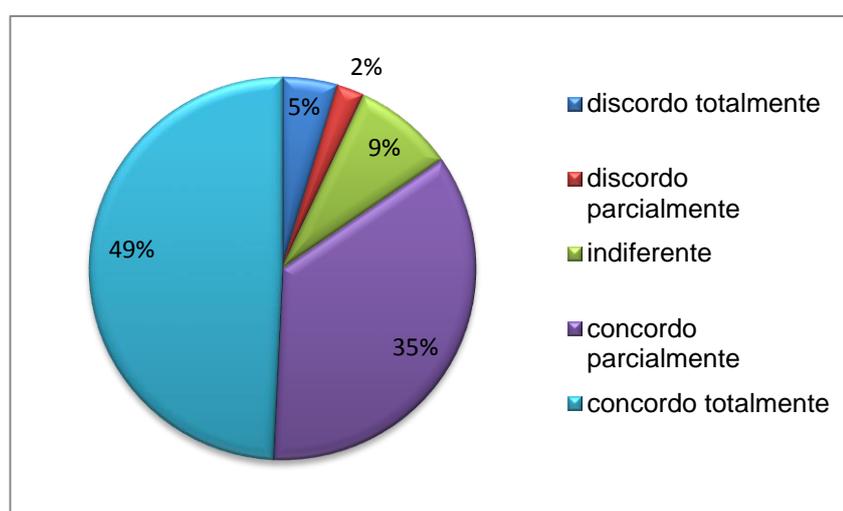


Figura 27 A empresa proporciona boas condições de trabalho

Fonte- Elaboração própria

Conforme o resultado exposto (Figura 27), a maioria dos colaboradores operacionais concorda totalmente ou concorda parcialmente. Esse resultado pode ser considerado bom, pois por muitos foi reconhecido. Ressalta-se que boas condições de trabalho pode ser um fator motivacional.

Esses colaboradores também foram questionados quanto ao fato da empresa disponibilizar pagamentos em dia. A Figura 28 revela o resultado referente a esse assunto.

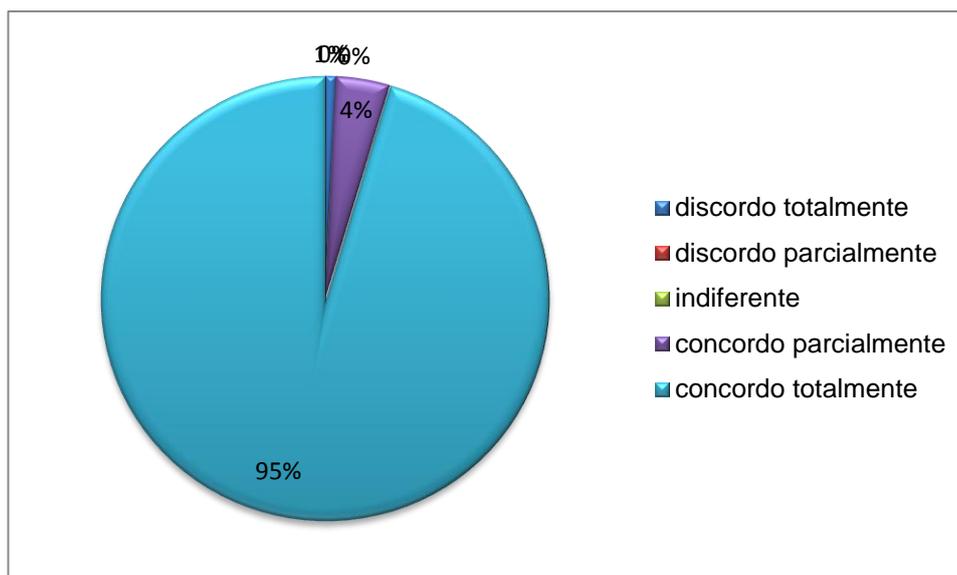


Figura 28 - A empresa disponibiliza os pagamentos em dia
 Fonte- Elaboração própria

O resultado foi excelente e vai ao encontro do que dizem os administradores da empresa. 95% dos colaboradores operacionais reconhecem receber os salários em dia.

Foram indagados em relação a diversidade no ambiente de trabalho. A Figura 29 revela os resultados obtidos.

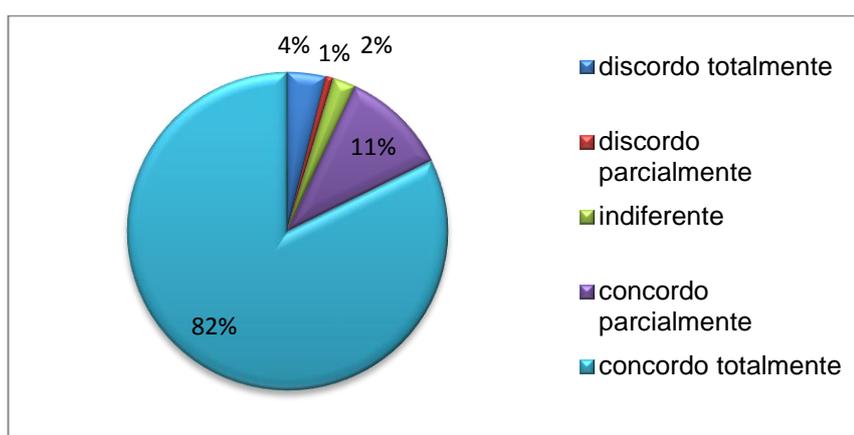


Figura 29- A empresa valoriza a diversidade no ambiente de trabalho
 Fonte- Elaboração própria

Como pode ser observado (Figura 29), 82% dos colaboradores da área operacional percebem que a empresa valoriza a diversidade no ambiente de

trabalho, talvez essa diferença entre as respostas dos colaboradores da área administrativa e operacional, deva-se ao fato de a empresa só contratar homens no setor de tráfego.

De modo geral, percebe-se que os colaboradores da empresa, representados pela área operacional, reconhecem aquilo que a empresa faz no que se refere à responsabilidade social, claro que em muitos casos existem pequenas oscilações entre as respostas dos administradores e dos colaboradores operacionais e são exatamente nessas oscilações que a empresa deve focar, gerenciar de uma melhor forma essas ações para que de fato a responsabilidade social aconteça dentro da empresa e atinja os objetivos a que se propõe.

4.6 Divulgação das práticas de responsabilidade social

Buscou-se saber junto aos colaboradores da área administrativa sobre como a empresa divulga as práticas de responsabilidade social, pois a divulgação é uma das formas de se receber reconhecimento, obter melhoramento na imagem e vantagem competitiva.

Investigou-se se a empresa costuma divulgar as ações de responsabilidade social. A Figura 30 apresenta o resultado obtido.

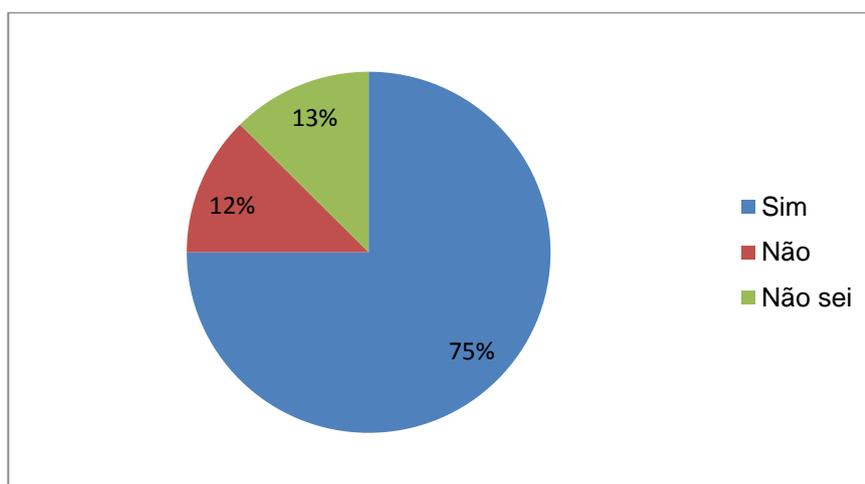


Figura 30 A empresa divulga as ações de responsabilidade social

Fonte- Elaboração própria

A maioria dos colaboradores da área administrativa afirma que essas ações são divulgadas ao públicos de interesse, mas a forma da divulgação não se dá através de um relatório social, e sim através do *Site* da empresa; através das divulgações de suas campanhas pela mídia e também nas divulgações dos programas voltados ao corpo funcional nos murais internos da mesma.

A divulgação das ações sociais deve ser bem gerenciada e feita da melhor forma, pois muitas vezes os colaboradores acabam não se sentindo envolvidos com a empresa e acabam não percebendo todos os benefícios que a empresa lhes proporciona.

5 CONCLUSÃO

Essa pesquisa teve como objetivo geral analisar a percepção e o nível de conhecimento por parte dos colaboradores da área administrativa e operacional acerca da responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda.

O primeiro objetivo específico buscava descrever as práticas de responsabilidade social da empresa responsabilidade social da empresa que pode ser observada através dos muitos programas que ela vem desenvolvendo com o propósito de atender as necessidades de cada *stakeholder* da empresa.

Logo após buscou-se traçar perfil dos colaboradores da empresa Expresso Medianeira Ltda. é bem diversificado em relação às duas áreas da empresa. Em relação ao gênero, na área administrativa a maioria dos que responderam o questionário são homens, mas a empresa possui uma percentagem significativa de mulheres, já na área operacional a totalidade dos colaboradores são homens.

A escolaridade dos colaboradores das duas áreas consideradas é diversificada, mas concentra-se entre ensino médio completo e ensino superior incompleto. Já no aspecto idade tem-se uma oscilação significativa pois é formada por colaboradores desde a faixa etária dos 20 a 30 anos até mais de 40.

No que se refere ao tempo de trabalho na empresa percebeu-se que diferentemente dos colaboradores da área administrativa, onde muitos possuem mais de 10 anos, na área operacional, esse tempo varia entre 1 e 5 anos.

Outro objetivo específico buscou investigar o nível de conhecimento acerca da responsabilidade social da empresa, a maioria dos colaboradores, das duas áreas, revelou já ter ouvido falar do assunto. Isso pode estar demonstrando que a empresa envolve os mesmos nas suas práticas de responsabilidade social.

Junto aos administradores da empresa foi avaliada a percepção sobre a responsabilidade social praticada pela empresa, primeiramente buscou-se saber o grau de importância dado aos projetos direcionados para cada parte interessada da organização. Verificou-se que a empresa atribui importância as

duas dimensões da responsabilidade social, tanto externa como interna, demonstrando que realmente pode ser considerada uma empresa cidadã, mas merece destaque o fato de que o percentual de colaboradores que considerou muito importante a responsabilidade social voltada para o público interno foi menor do que a percentagem de colaboradores que avaliaram como muito importante a responsabilidade social voltada para a comunidade externa à empresa.

A fim de se ter um conhecimento sobre a responsabilidade social da empresa, os colaboradores da área administrativa foram questionados sobre o assunto, de posse dos resultados pode-se perceber que a empresa vem praticando muitos programas de responsabilidade social e buscando o envolvimento de seus colaboradores, pois os mesmos estão cientes dos programas que a empresa vem desenvolvendo.

Com o objetivo de se verificar se os colaboradores da área operacional percebem as práticas de responsabilidade social da empresa os mesmos foram questionados sobre algumas atividades desenvolvidas pela empresa e os resultados demonstram que de fato a responsabilidade social está acontecendo, pois concordaram na maioria das vezes com as afirmações relacionadas às práticas de responsabilidade social que a empresa vem desenvolvendo.

Ocorreram pequenas diferenças de respostas entre o que afirmam os colaboradores da área administrativa e o que percebem os colaboradores da área operacional, é exatamente para essas diferenças que a empresa precisa direcionar suas ações.

Sugere-se que sejam mais bem gerenciados esses aspectos da responsabilidade social onde ocorreram diferenças de respostas entre os colaboradores da área administrativa e operacional, e novamente a pesquisa volte a ser aplicada, valendo-se também para outras empresas socialmente responsáveis.

Futuras pesquisas podem ser feitas em outras empresas consideradas responsáveis socialmente e também sugere-se que o questionário seja aprimorado a fim de se fazer uma comparação entre as percepções das duas áreas da empresa.

REFERÊNCIAS

AA 1000, disponível em < www.cfc.org.br > acesso em 15 de abril de 2015.

A carta da terra, disponível em <<http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21>> acesso em 21 de nov. de 2014 .

ALESSIO, R. Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de posturas ou novos rumos, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

ANTUNES, J. **A aa 1000**: a ferramenta de gestão de stakeholder disponível em < <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/a-aa1000-a-ferramenta-de-gestao-de-stakeholders>> acesso em 12 de jan. de 2015

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

BARBIERI, J.C.; SILVA, D. da **Desenvolvimento sustentável e educação ambiental**: uma trajetória comum com muitos desafios. disponível em <www.scielo.br/pdf/ram/v12n3/a04v12n3> , acesso em 25 de novembro de 2014.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria a prática. São Paulo: Saraiva, 2009.

BERTONCELLO, S.L.T.; CHANG Jr., J **A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação**: disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com.br>> acesso em 15 de maio de 2015.

BNDES, **Banco nacional de desenvolvimento econômico e social**, disponível em < <http://www.bndes.gov.br>> acesso em 24 de novembro de 2014.

CARMO, M. do. **O que é responsabilidade social**. disponível em < <http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/o-que-e-responsabilidade-social-empresarial/>> acesso em 15 de maio de 2015.

CREDIDIO, F. **Comunicar é preciso, desde que com ética e responsabilidade** disponível em <

<http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/comunicar-e-preciso-desde-que-com-etica-e-responsabilidade/> > acesso em 9 de maio de 2015.

EON, F., **O que é responsabilidade social**: disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/> > acesso em 08 de abril de 2015.

ETHOS, **Instituto de Empresas de Responsabilidade Social** <<http://www3.ethos.org.br>> acesso em 3 de dezembro de 2014.

EXPRESSO MEDIANEIRA LTDA, < www.expressomedianeira.com.br > acesso em 23 de abril de 2015.

GIANONI, M. **A importância da certificação ambiental para seu negócio**. Disponível em < <http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/a-importancia-da-certificacao-ambiental-para-seu-negocio>> acesso em 17 de maio de 2015.

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

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas,2002

_____., **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

_____., **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragem e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e execução de dados. 7. ed São Paulo:Atlas 2005

LOBO, T. R. R.; MARTINS, A. A. **Responsabilidade social nas empresas**: uma análise da participação e do envolvimento dos colaboradores. Disponível em < <http://www.portalamericas.edu.br/revista/pdf/ed3/art8.pdf> > acesso em 16 de abril de 2015.

Luppi, L. **Responsabilidade social x motivação** disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com.br>> acesso em 08 de abril de 2015.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**: A administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed, 1999.

NBCT 15, disponível em < www.cfc.org.br > acesso em 9 de abril de 2015.
RIBEIRO, M. S. **Contabilidade ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SALVADOR, J. **Empresas que integram a responsabilidade social em sua gestão se beneficiam de várias formas** disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com.br>> acesso em 11 de maio de 2015

SCHENINI, P.C. **Gestão empresarial sócio ambiental**, Florianópolis: (s n)2005

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégia de negócios focadas na realidade brasileira**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

TINOCO, J. E. P. ; KRAEMER, M. E. P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

TINOCO, J. E. P. **Balanco social: Uma abordagem da transparência e da responsabilidade publica das organizações**. 1. ed. São Paulo:Atlas, 2006.

_____. **Balanco social e relatório de sustentabilidade: São Paulo:Atlas, 2010.**

VELLANI, C. L. **Contabilidade e responsabilidade social: Integrando desempenho econômico, social e ecológico**. São Paulo:Atlas, 2011.

ANEXOS

Anexo A**INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS ÁREA OPERACIONAL
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
ALUNA: PATRICIA BORGES DE SOUZA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA**

1. Perfil:

1.1 Gênero:

 Masculino Feminino

1.2 Idade:

 Menos de 16 anos de 16 à 20 anos de 21 à 30 anos de 31 à 40 anos Mais de 40 anos

1.3 Escolaridade

 Ensino Fundamental Incompleto Ensino Fundamental Completo Ensino Médio Incompleto Ensino Médio Completo Ensino Superior Incompleto Ensino Superior Completo Pós Graduação

1.4 Tempo de trabalho na empresa

Menos de 1 ano

de 1 a 5 anos

de 5 a 10 anos

Mais de 10 anos

1.5 Cargo ocupado: _____

2 Você já ouviu falar em responsabilidade social?

Sim

Não

3 No seu entendimento Responsabilidade social é:

Ajuda para os colaboradores

Obrigações com a sociedade

Sentir-se envolvido e comprometido com a sociedade e com os outros

Atender as necessidades sociais

Outros

4 Como você avalia o seu conhecimento sobre responsabilidade social?:

Suficiente

Pouco Suficiente

Insuficiente

5 Você acredita que essa empresa apresenta uma postura socialmente responsável?

Sim

Não

Não sei

6 Prezado colaborador, responda ao questionário abaixo assinalando sua percepção em relação à responsabilidade social da empresa Expresso Medianeira Ltda.

Coloque um "X" no espaço correspondente ao número que melhor represente sua opinião:

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

	1	2	3	4	5
Essa empresa apresenta projetos de preservação do meio ambiente					
A empresa possui ações em prol da comunidade local					
A empresa contribui para o desenvolvimento dos filhos dos empregados					
A empresa proporciona cursos, treinamento ou bolsa de estudos.					
A empresa proporciona chances de crescimento					
A empresa proporciona boas condições de trabalho					
A empresa valoriza e reconhece o seu trabalho					
A empresa disponibiliza pagamentos em dia					
A empresa abre espaço para sua família					
A empresa valoriza a diversidade no ambiente de trabalho					
A empresa oferta iguais condições de trabalho a todos (jovens, deficientes, mulheres, negros,etc)					

Anexo B**INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS ÁREA ADMINISTRATIVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
ALUNA: PATRICIA BORGES DE SOUZA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA**

1 Perfil:

1.6 Gênero:

Masculino

Feminino

1.7 Idade:

Menos de 16 anos

de 16 à 20 anos

de 21 à 30 anos

de 31à 40 anos

Mais de 40 anos

1.8 Escolaridade

Ensino Fundamental Incompleto

Ensino Fundamental Completo

Ensino Médio Incompleto

Ensino Médio Completo

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

Pós Graduação

1.9 Tempo de trabalho na empresa

Menos de 1 ano

De 1 a 5 anos

De 5 a 10 anos

Mais de 10 anos

1.10 Cargo ocupado: _____

2 Você já ouviu falar em responsabilidade social?

Sim

Não

3 Caso a resposta anterior seja positiva, qual é o seu entendimento sobre responsabilidade social:

Satisfação das necessidades dos clientes, colaboradores, comunidade e meio ambiente;

Envolvimento e comprometimento da empresa com a sociedade e com os outros;

Ajudar na resolução de problemas sociais.

Outro: _____

4 Como você avalia o seu conhecimento sobre responsabilidade social?:

Suficiente

Pouco Suficiente

Insuficiente

5 Em sua opinião qual o grau de importância da responsabilidade social para as empresas?

Muito importante

Importante

Pouco importante

Não é importante

6 A empresa apresenta projetos ligados a responsabilidade social?

Sim

Não

Não sei

7 Caso a resposta anterior seja positiva, conhece a funcionalidade dos projetos?

Sim

Não

Não sei

8 Dentre as partes interessadas na responsabilidade social da empresa, como você avalia a participação da empresa com projetos voltados para cada uma delas:

a) Cliente/comunidade

Muito importante

Importante

Pouco importante

Não é importante

b) Colaboradores

Muito importante

Importante

Pouco importante

Não é importante

c) Meio ambiente

- Muito importante
- Importante
- Pouco importante
- Não é importante

d) Fornecedores

- Muito importante
- Importante
- Pouco importante
- Não é importante

e) Proprietários

- Muito importante
- Importante
- Pouco importante
- Não é importante

9 Você acredita que a empresa que investe em ações de RS pode ter vantagens em relação a sua concorrência?

- Sim
- Não
- Não sei opinar

10 Em relação ao meio ambiente, você avalia que a empresa mantém controle da poluição gerada por suas atividades?

- Sim
- Não
- Não sei opinar

11 Você avalia que a partir do desenvolvimento das ações de responsabilidade social voltadas para a comunidade local houve melhorias na qualidade de vida da sociedade?

- Sim
- Não
- Não sei

12 A empresa costuma investir em seus colaboradores, proporcionando cursos, treinamento e bolsas de estudos?

- Sim
- Não
- Não sei

13 Caso a resposta anterior seja positiva, qual o principal motivo desses investimentos

- Motivação da força de trabalho;
- Obtenção de melhores índices de produtividade;
- Aperfeiçoamento de seu corpo funcional;
- Aumento da qualidade de vida dos colaboradores;
- Outro: _____

14 A empresa contribui para o desenvolvimento dos filhos de seus colaboradores.

- Sim
- Não
- Não sei

15 Na sua opinião a empresa disponibiliza pagamentos em dia e boas condições de trabalho?

- Sim
- Não
- Não sei opinar

16 Dentro da empresa existe respeito a diversidade, ou seja, iguais condições de trabalho à jovens, mulheres, deficientes, outros

- Sim
- Não
- Não sei

17 A empresa respeita a legislação que proíbe o trabalho antes dos 16 anos, exceto na condição de aprendiz.

- Sim
- Não
- Não sei

18 A empresa atua contra a discriminação em relação aos colaboradores maiores de 40 anos

- Sim
- Não
- Não sei

19 Quais os benefícios obtidos pela prática da responsabilidade social

- Identidade cidadã
- Colaboradores engajados
- Melhoria da imagem da empresa
- Marketing em seus negócios
- Outros: _____

20 Você acha que a empresa investe em responsabilidade social para:

- Melhorar sua imagem
- Aumentar a produtividade do colaborador
- Melhorar a qualidade de vida de seus colaboradores
- outros motivos Quais? _____

21 A empresa divulga à sociedade informações sobre a sua responsabilidade social?

- Sim
- Não
- Não sei

22 Caso afirmativo, para a questão anterior, de que maneira se tem acesso a essas informações?
