

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: INDICADORES NA PEQUENA INDÚSTRIA
DO ABC PAULISTA**

**SOCIAL RESPONSIBILITY: INDICATORS IN THE SMALL INDUSTRY OF
ABC PAULISTA**

Leandro Petarnella, José William Mattioli, Amelia Silveira, Alex Paubel Junger, Julio
Facó

Universidade Nove de Julho, Brasil | Universidade Federal do ABC
jadir@uninove.br, everton10001@hotmail.com, alexpaubel@hotmail.com

RESUMO

O objetivo foi identificar se empresas de pequeno porte do ramo industrial metalúrgico, com 20 a 99 empregados, na cidade de Santo André, na região do Grande ABC Paulista, desenvolvem práticas internas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). As empresas foram selecionadas com base no Guia ABC/Santo André (2013). A pesquisa adotou o método quantitativo, do tipo levantamento. Adotou ainda o questionário do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, revisado em 2012, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), quanto às práticas internas de Responsabilidade Social, com base nos indicadores da gestão empresarial. Das 91 empresas identificadas, 14 afirmaram estarem totalmente voltadas para o RSE, concordando em participar da pesquisa. Os resultados evidenciam que as empresas pesquisadas adotam práticas de responsabilidade social interna. Mas, apenas as práticas que não necessitam de investimento ou as que estão determinadas pela legislação em vigor. Este resultado indica que há necessidade de maior compreensão do que seja a adoção de RSE em pequenas empresas, o que possibilita aos gestores ultrapassar os aspectos instrumentais básicos e os marcos regulatórios da RSE.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Empresarial; Indicadores Sociais; Pequenas Empresas; Práticas Trabalhistas; Grande ABC Paulista.

ABSTRACT

The goal was to identify whether small businesses of metallurgical industrial sector, with 20 to 99 employees in the city of Santo André, in the Greater ABC Paulista region,

develop internal practices of Corporate Social Responsibility (CSR). The companies were selected based on the ABC Guide / Santo André (2013). The research adopted a quantitative method, the type survey, and adopted the questionnaire Ethos Institute for Corporate Social Responsibility, revised in 2012, in partnership with the Brazilian Service of Support for Micro and Small Enterprises (Sebrae), for the internal practices of social responsibility, based on the indicators of business management. Of the 91 companies identified, 14 said they were fully focused on the CSR, agreeing to participate. The results show that the surveyed companies adopt internal social responsibility practices, only the practices that require no investment or those determined by law. This result indicates that there is need for greater understanding of what the adoption of CSR in small businesses, which allows managers to go beyond of what the adoption of CSR in basic instrumental aspects and regulatory frameworks for CSR.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Social Indicators; Small Business; Labor Practices; Great ABC Paulista.

INTRODUÇÃO

A área acadêmica destacou-se nos últimos dez anos com argumentos em favor da temática da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), com os trabalhos alicerçados, em sua maioria, nos estudos de Carroll (1979, 1991, 1994, 1999), Wood (1991), Donaldson e Dunfee (1994), Frederick (1994, 1998). Assim, é possível encontrar na literatura do tema denominações que traduzem a RSC, tais como: Cidadania Corporativa (CC), Responsabilidade Social Corporativa ou, ainda, Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Há, ainda, autores como Medeiros (2006) e Agnelli (2010) que utilizam o termo Investimento Social Privado (ISP). Estes temas começaram a aparecer na literatura sobre gestão ainda nas décadas de 1970 e 1980, com o surgimento do chamado *movimento verde*. Mas agora, em pleno século XXI, esse tipo de discussão já não acontece paralelamente à vida das organizações, mas dentro destas. Organizações em todo o mundo estão se tornando cientes das necessidades e dos benefícios do comportamento socialmente responsável. Segundo a ISO 26000 (2010), a percepção e a realidade do desempenho em Responsabilidade Social da organização podem influenciar, além de outros, os seguintes fatores: vantagem competitiva; sua reputação; sua capacidade de atrair e manter trabalhadores e/ou conselheiros, sócios e acionistas, clientes ou usuários; a manutenção da moral, do compromisso e da produtividade dos empregados; a percepção de investidores, doadores, patrocinadores e da comunidade financeira; e sua relação com outras empresas, governos, fornecedores, organizações similares e a comunidade em que opera. Ainda, segundo a ISO 26000 (2010), em uma empresa de pequeno porte a integração da Responsabilidade Social pode ser realizada por meio de ações práticas, simples e com boa relação custo benefício, não precisando ser complexa ou dispendiosa. Aliás, como bem informa Barbieri e Cajazeira (2012, p. 230), “é justamente devido a seu pequeno porte e potencial de flexibilidade e inovação, as empresas de pequeno porte poderão, de fato, oferecer oportunidades especialmente boas para a Responsabilidade Social”. Para os autores, estas oportunidades se tornam possíveis porque as empresas de pequeno porte “geralmente são mais flexíveis em termos de gestão organizacional, frequentemente têm um contato próximo com as comunidades locais e a direção, normalmente, exerce uma influência mais imediata nas atividades da organização” (Barbieri; Cajazeira, 2012, p. 230).

Estudos como os de Freguete, Nossa & Funchal (2015), da mesma forma, tem apontado para os benefícios de longo e curto prazos trazidos pela RSE, tais como melhor desempenho e retorno às respectivas empresas. Para tanto, conforme delinea Vicenzi e Bulgacov (2013), a internalização da responsabilidade social por parte do empresariado é o fator motivador para as mudanças que o mesmo venha a operar em seu negócio, estando, por isso mesmo, a responsabilidade social alinhada à mudança de comportamento empresarial. Mas, como bem informa David Vieira, Higuchi, Schneider & Azoline Corrêa (2013), justamente por conta da mudança de comportamento, a inserção da responsabilidade social nas empresas ainda é um assunto longe de estar resolvido. Cabe destacar, que os trabalhos de Zanin e Parisotto (2015); Barreto, Neto & Tanure (2014); Rocha et al. (2014) e Pires, Pereira & Moura-Leite (2013). Pires, Pereira & Moura-Leite (2013) têm evidenciado, de alguma forma, esta realidade. Zanin e Parisotto (2015) ao buscar analisar as ações de RSE mais valorizadas por consumidores, perceberam que, geralmente, os consumidores não possuem a ideia ou pensamento acerca do assunto. Barreto, Neto & Tanure (2014), por sua vez, evidenciam o entendimento de que a RSE está intimamente relacionada às mudanças comportamentais e, principalmente, aos valores éticos dos indivíduos e não, somente, ao cumprimento dos aspectos legais que, de alguma maneira, se alinha a RSE. Rocha et al. (2014), da mesma forma, ao focar nas desigualdades sociais que ocorrem em pequenas empresas, buscou avaliar quais são as ações efetivas da RSE. Concluindo, os autores enfatizam que somente o amparo legal não é capaz de se transformar em ações efetivas (Rocha et al. 2014). Na mesma esteira de pensamento, mas focando as formas pelas quais os executivos brasileiros percebem a RSE, Pires, Pereira & Moura-Leite (2013) ressaltam a lacuna existente entre o discurso e a prática, na maioria das empresas investigadas. Segundo Pires, Pereira & Moura-Leite (2013) esta lacuna existe em decorrência de uma visão míope e, até mesmo, de uma falta de interesse sobre o tema em questão.

Eduardo (2014), por sua vez, aponta que as ações de inovação empresarial representam esforços para identificar estratégias e ações adaptativas e pró-ativas frente à complexidade do ambiente de negócios, a fim de melhorar a *performance* organizacional. Mas, ao mesmo tempo, esta complexidade está intimamente relacionada à mudança nos valores éticos e morais. Por isso mesmo, entender como os gestores das

empresas, no caso em questão de pequeno porte, visualizam estratégias que levem em consideração a RSE, se torna tão importante, quanto necessário.

Neste contexto, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2000), vem argumentando que a empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores. E, faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa revelando, por sua vez, que a prática da Responsabilidade Social interna pode ser um caminho para o desenvolvimento de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional das pessoas. Já que a empresa, com isso, aumenta sua capacidade de recrutar e manter talentos, fator chave para seu sucesso em uma época em que criatividade e inteligência são recursos cada vez mais valiosos. Assim, torna-se inegável o poder econômico das empresas em todos os níveis: local, nacional e global, gerando impactos econômicos, sociais, ambientais e políticos, que não podem ser ignorados pela sociedade. Ainda segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2000), independente do porte ou segmento, as organizações passam a investir cada vez mais na qualidade de seus relacionamentos com os diversos públicos e esferas da sociedade. Em decorrência disso, diferente do passado, as organizações vivem um momento em que o tema Responsabilidade Social passa a estar presente, cada vez mais, nas agendas das pequenas e médias empresas. O mercado econômico atual, com toda sua complexidade, faz com que as empresas voltem a se organizar e rever seus conceitos e práticas atuais para enfrentarem com posicionamento ético e responsável um mercado cada vez mais competitivo onde, segundo Melo Neto (2001), a produtividade é o maior retorno obtido pela empresa tendo, como decorrência, a maior satisfação e capacitação dos seus empregados e a gestão dos investimentos sociais no seu público interno.

A partir da perspectiva de que as ações de RSE não estão restritas às grandes corporações ou empresas multinacionais, mas também, podem estar presentes em empresas de pequeno porte, é que se levanta a questão que norteia esta pesquisa: Até que ponto as empresas de pequeno porte do ramo industrial metalúrgico, com 20 a 99 empregados, na cidade de Santo André, na região do Grande ABC Paulista, desenvolvem práticas internas de Responsabilidade Social? Buscando responder a este questionamento o objetivo geral busca analisar estas empresas quanto às práticas

internas de Responsabilidade Social. Para tanto, os objetivos específicos, se voltam para: a) identificar as empresas de pequeno porte do ramo industrial metalúrgico, com 20 a 99 empregados, na cidade de Santo André, na região do Grande ABC Paulista; b) investigar as práticas internas de Responsabilidade Social nestas empresas, com base nos indicadores da gestão empresarial no que se refere à incorporação de práticas de Responsabilidade Social, do Instituto Ethos de Responsabilidade Social ; c) classificar as práticas internas, segundo estes indicadores do Instituto Ethos.

Justifica-se o interesse por empresas industriais de pequeno porte visto que estas empresas, desde 1922, têm apresentado relevante participação no desenvolvimento do país. A rigor, isto implica em dizer que o desenvolvimento da economia brasileira tem como base, *a priori*, a economia resultante da atuação das micro e pequenas empresas. Inclusive, esta teve sua efetiva importância reconhecida por meio da Lei 7.256, de 27 de novembro de 1984, conhecida como a Lei do Estatuto da Microempresa, onde o principal esforço contido no marco legal foi o de fornecer aos pequenos comerciantes, benefícios que pudessem alavancar sua atuação para além da isenção de tributos ou redução de impostos. Em decorrência disso, agências de fomento, simplificação de créditos, entre outras ações técnicas, foram legalizados por meio do respectivo estatuto. Passados mais de 30 anos de sua promulgação, as micro e pequenas empresas passaram a representar, segundo dados do SEBRAE (2014), cerca de 20% do Produto Interno Bruto (PIB) na economia nacional, representando 99% das empresas instaladas no país, e correspondendo, por sua vez, a 60% dos empregos gerados. Dos percentuais acima apresentados, 12% estão concentrados nas micro e pequenas empresas industriais o que corresponde, por sua vez, a aproximadamente 47% dos empregos gerados em todo o país.

Neste cenário, o Estado de São Paulo, por sua vez, representa 26% dos pequenos negócios ou, mais precisamente, 575.316 indústrias. Estas, correspondendo a 13,8% dos estabelecimentos do Estado, representam 30,1% dos empregos formais e 32,6% da folha de salário do Estado (SEBRAE, 2014). Além disso, as empresas industriais de micro ou pequeno porte são aquelas que, segundo o Sebrae (2014), apresentam maior maturidade e, em decorrência disso, permanência no mercado. Ao direcionar esta pesquisa à região do grande ABC Paulista cabe destacar que, segundo dados do IBGE (2012), estas correspondem ao 4º maior PIB nacional, ou seja, 2,3% da arrecadação de todo país é

proveniente desta região. A este fato soma-se a importância de que aproximadamente 1/3 destas receitas serem provenientes das indústrias da região. Trata-se de uma região que pode ser considerada como uma das mais ricas e desenvolvidas do país, com forte industrialização, participação no PIB superior a R\$ 79 bilhões de Reais, e correspondendo ao quinto maior potencial de consumo nacional (IBGE, 2012). Cabe ainda destacar que o setor industrial é de fundamental importância para esta região. Dentre as cidades que compõem o ABC Paulista, a cidade de Santo André foi o alvo desta pesquisa, onde as empresas industriais de pequeno porte são representativas.

RESPONSABILIDADE SOCIAL: ENTENDENDO A EVOLUÇÃO E O SIGNIFICADO

Atualmente, no Brasil, a Responsabilidade Social Empresarial vem tomando um novo fôlego devido aos modelos que chegam juntamente com as novas organizações que aqui vêm se instalando e, também, pela ausência do Estado na solução dos problemas sociais. Aliás, a este respeito Cardoso (2004, p. 43), afirma que “a oferta de serviços públicos para todos é obrigação do Estado, mas, como visto anteriormente, atuar para diminuir as desigualdades é uma tarefa para toda a sociedade”, corroborando com o pensar de Rosenau (2000, p. 19) de que “é possível conceber funções que precisam ser executadas para garantir o funcionamento do sistema mesmo que este [sistema – o Estado], não tenha produzido. É aqui que emerge a ideia de se operar com a Responsabilidade Social.

É sob a perspectiva acima exposta que Giuliani, Castro & Spers (2010), afirmam que a Responsabilidade Social é um tema atualmente de destaque e importante no contexto das organizações. Deve ser entendido que nenhuma instituição existe por si só, pois cada uma delas tem seu papel na sociedade e só existe em função desta sociedade. Uma empresa tem valor não por ser boa nos negócios, mas por ser boa para a sociedade. Assim, as empresas necessitam interpretar e ampliar seus conceitos. As ferramentas e os modelos propostos pela Responsabilidade Social mostram o caminho, bastando as empresas definirem o que e como fazer, conciliando os benefícios econômicos e sociais garantindo, ainda, sua sobrevivência, isto é, sua sustentabilidade empresarial. Para uma empresa administrar seus impactos sociais e suas Responsabilidades Sociais, é necessário identificar as perspectivas internas e externas.

Na visão de Johnson e Greening (1999), o desempenho social sob a perspectiva externa, pode atrair investidores, valorizar a marca e auxiliar nas decisões de compra dos consumidores. Segundo Smith (1994) e Porter e Kramer (2002), ele pode solidificar as relações com os governos e outros parceiros, permitindo o desenvolvimento das redes de relacionamentos. O retorno financeiro gerado pelas empresas a partir da adoção de práticas de Responsabilidade Social, alinhadas aos interesses sociais das comunidades inseridas no contexto organizacional, foi observado por diversos autores em seus estudos (Cochran e Wood, 1984; McGuire, J. B.; Sundgren, A, (1988), Graves e Waddock, 1994 e Peloza e Papania, 2008). Segundo expõem Montgomery e Porter (1998), a estratégia empresarial existe para planejar a evolução de uma empresa e é definida como a busca deliberada de um plano de ação para desenvolver e ajustar a vantagem competitiva. Sendo que, segundo Montgomery e Porter (1998), a Responsabilidade Social Empresarial deveria ser integrada ao planejamento de longo prazo e à estratégia geral da empresa. Na visão de Borger (2001), a estratégia empresarial identifica os *stakeholders* relevantes e as principais questões sociais e ambientais definindo, ainda, as prioridades e os objetivos para cada grupo além de formular, também, um plano de ação.

Em uma perspectiva interna da RSE, Dutton et al. (1994) e Peterson (2004), consideram ser necessária uma boa reputação para atrair, captar e reter os talentos de uma organização. Há ainda alguns estudos que abordam a perspectiva do trabalhador sobre a RSE, ao modo como estas práticas afetam de forma positiva suas atitudes no local de trabalho e, conseqüentemente, a produtividade. Apoiar o desenvolvimento da sociedade e preservar o meio ambiente, segundo Melo Neto e Froes (1999), não são suficientes para atribuir à uma empresa o título de socialmente responsável. Segundo estes autores, é preciso investir no bem estar dos funcionários e de seus dependentes em um ambiente de trabalho saudável, dando retorno aos seus acionistas, parceiros, clientes e consumidores por meio de uma conduta transparente. Os aspectos salientados pelos autores, que contemplam tanto ações internas como externas de Responsabilidade Social, foram elaborados em 1998, na Holanda, durante uma reunião do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, para analisar a atuação das empresas no campo social (Melo Neto e Froes, 1999).

Segundo Wilson (2000), para que uma empresa obtenha sucesso e sobreviva é importante que todos os atores tenham suas necessidades e níveis de influência para com a mesma, de alguma, forma administrada. Segundo o autor, quanto mais fortes forem as relações de uma empresa com seus parceiros internos e externos, mais fácil será para a empresa alcançar seus objetivos. Os empregados e seus dependentes desempenham um papel dentro e fora da empresa (Wilson, 2000). Segundo Melo Neto (2001), são estes empregados os promotores da Responsabilidade Social Corporativa ao trabalharem como voluntários em programas sociais, ao difundirem valores éticos em suas relações com os diversos públicos da empresa, ao assumirem comportamentos sociais responsáveis em seu cotidiano de vida e de trabalho. O aumento da produtividade, para este autor, é o maior retorno obtido pela empresa em todo este processo de gestão dos investimentos sociais no seu público interno. Além do retorno do investimento pelo aumento de produtividade, a empresa socialmente responsável alcança diversos outros tipos de retornos, como por exemplo:

- Retenção de seus talentos;
- Melhoria da qualidade de vida no trabalho e com reflexos na família e na vizinhança;
- Maior integração social do empregado e sua família;
- Redução dos índices de absenteísmo e *turnover*;
- Redução dos custos com ações trabalhistas;
- Melhoria do clima organizacional;
- Retorno sob forma de cidadania profissional, transformando os empregados em empregados cidadãos. Investindo nas pessoas, a empresa transforma-as em seu principal ativo, não apenas de natureza humana, intelectual, mas, principalmente social (Melo Neto, 2001).

A Responsabilidade Social Empresarial vem consolidando-se como uma área interdisciplinar, multidimensional e com uma abordagem sistêmica, com foco nas relações dos diversos *stakeholders* que estão direta e indiretamente associados ao negócio da organização. Atualmente, a RSE está no centro das discussões das principais economias do mundo e é uma prática indissociável da estratégia das organizações e do conceito de desenvolvimento sustentável. Em resposta a este anseio mundial dos diversos segmentos e interesses, surgem novos parâmetros de certificação relacionados

especificamente à RSE. De forma resumida, estes podem ser relacionados como sendo a ISO 26000 (2010), que orienta as organizações quanto aos conceitos, princípios históricos, temas, identificação e comunicação de compromissos e desempenhos no que tange à RSE e o GRI (2011), que emergido em Amsterdam da contribuição de vários países, padroniza os relatórios de Responsabilidade Social e Empresarial e/ou de Sustentabilidade. É importante lembrar que a ISO 26000 (2010), aprovada em dezembro de 2010, em Genebra, se apresenta como o resultado dos esforços de vários países e de segmentos sociais, tais como, trabalhadores, governos, empresas, consumidores, organizações não governamentais, entre outros, para o delineamento e fixação dos requisitos de responsabilidade social para as organizações. Por sua vez, o GRI (2011) se apresenta como uma forma de contribuição das empresas, organizações não governamentais (ONGs) e sindicatos, para com a sociedade, por nele permear de maneira estruturada e de fácil compreensão as ações empresariais que resultam na transparência e compromisso das empresas para com a sociedade.

MÉTODO E TÉCNICAS DE PESQUISA

O estudo foi descritivo, de levantamento, com método quantitativo, e com a adoção de um questionário estruturado. A pesquisa descritiva, como o nome indica, é aquela que descreve uma realidade a partir dos dados coletados, sendo que a pesquisa de levantamento possui como característica a interrogação direta das pessoas cujo comportamento pessoal ou organizacional se deseja conhecer. Os procedimentos desta metodologia consistem na solicitação de dados e informações relacionados ao problema investigado a um grupo específico de pessoas. A contagem simples de frequência foi a forma adotadas para amparar os resultados da pesquisa.

Nesta pesquisa o questionário adotado foi o instrumento definido em 2003 pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Este recebeu no ano de 2006 uma primeira revisão de seus indicadores e no primeiro semestre de 2012, uma nova revisão. Esta segunda revisão, de 2012, foi a adotada nesta pesquisa. Estes indicadores são ferramentas de auto-avaliação e aprendizado da gestão empresarial no que se refere à incorporação de práticas de Responsabilidade Social. Assim, segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, a adaptação dos Indicadores

Ethos para aplicação por parte de micro e pequenas empresas tem o objetivo de proporcionar uma ferramenta que as auxiliem no processo de aprofundamento de seu comprometimento com a Responsabilidade Social, bem como com o desenvolvimento sustentável. A absorção destes conceitos por parte dos dirigentes de micro e pequenas empresas, segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, pode provocar um forte impacto na economia e na sociedade brasileira, se direcionado para o entendimento de que a gestão social responsável é a mais moderna maneira de gerenciamento de seus negócios e, também, de tomada de decisões contribuindo, assim, para o surgimento de novos valores sociais, para a diminuição das desigualdades e para a sustentabilidade ambiental.

Este instrumento trata dos oito indicadores de Responsabilidade Social Empresarial Interna, quanto ao tema Público Interno e seus indicadores de RSE. Estes indicadores são os seguintes: Indicador 1 – Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho; Indicador 2 – Benefícios adicionais; Indicador 3 – Critérios de contratação; Indicador 4 – Valorização da diversidade e promoção da equidade; Indicador 5 – Inclusão de pessoas portadoras de deficiência; Indicador 6 – Relações com o sindicato; Indicador 7 – Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade; Indicador 8 – Acesso à informação. É importante ressaltar que estes indicadores tratam do público interno das organizações conforme preconiza o Instituto Ethos de Responsabilidade Social e Empresarial (2012). Aqui se faz importante ressaltar que, por não existir, ainda, na literatura, indicadores a serem aplicados exclusivamente no setor deste estudo, ou seja, que contemplem práticas de Responsabilidade Social e Empresarial específicas, o mesmo foi orientado pelas considerações da ISO 26000 (2010), e pelo GRI (2011), já expostos e discutidos anteriormente.

Para cada Indicador acima referenciado, foi determinada uma pergunta-chave, que propõe a reflexão sobre qual é o nível de adequação de determinada prática na gestão da empresa, com quatro opções de resposta: 1) Sim, quando a situação descrita é parte integral da realidade da empresa; 2) Em grande parte, quando a situação retratar uma condição próxima da realidade da empresa; 3) Em parte, quando apenas alguns dos fatores, acima retratados fizer parte da situação da empresa; 4) Não, quando a situação retratada não estiver inserida na prática da empresa. Para cada uma das perguntas-chave

relacionadas ao indicador há algumas perguntas binárias com possibilidade de resposta: sim, não e não se aplica. Estas perguntas possuem elementos de validação e aprofundamento sobre o indicador e contribuem para a compreensão de quais práticas devem ser incorporadas à gestão dos negócios.

O universo de estudo se voltou para os estabelecimentos do ramo industrial metalúrgico, com 20 a 99 empregados, selecionados a partir do Guia ABC/Santo André, acessado em 2013. Foi identificado um total de 91 estabelecimentos industriais. Primeiramente, foi realizado contato telefônico com todos estes estabelecimentos, sendo solicitado a Gerência da empresa, a possibilidade de respostas às questões deste estudo. Das 91 empresas, 82 atenderam ao solicitado. Assim, de imediato, após agradecimento, foram explicados os propósitos da pesquisa, a confidencialidade dos dados informados, e a baixa complexidade no preenchimento das informações solicitadas. Neste momento, ainda via telefone, foi solicitado ao Gerente Geral da empresa, ou ao Gerente de Recursos Humanos que atendia ao telefonema, que respondesse à seguinte questão: A empresa desenvolve práticas internas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE)? Deste universo de 82 empresas que atenderam ao telefonema, tendo como respondente o Gerente Geral da empresa, ou ao Gerente de Recursos Humanos, 14 empresas afirmaram estar totalmente voltadas para as práticas internas da Responsabilidade Social Empresarial, concordando em participar do estudo. Se constituíram em uma amostra definida por acessibilidade. Este pequeno número de respondentes se constitui em um fator limitante da pesquisa. Mas, não a invalida. Ao contrário, as 14 empresas respondentes se mostraram envolvidas no estudo e responderam com dedicação ao que foi questionado.

Os dados foram coletados de forma presencial, em cada uma das 14 empresas, tendo como respondentes os gestores das empresas pesquisadas. De forma geral, cinco são do gênero feminino e nove masculino, onde duas e seis deles, são os proprietários das respectivas indústrias. As mulheres têm formação superior e curso de pós-graduação. Os demais ocupam cargos na alta gestão da empresa, sendo que em uma delas o cargo de *Controller* e nas demais ocupando a gerência geral. Aliás, estar em cargo de liderança ou estar ocupando cargos estratégicos foram os critérios utilizados para a seleção dos respondentes.

Semelhante a esta pesquisa os autores Nagli (2008) e Silveira (2008) também adotaram o mesmo questionário em seus trabalhos. O primeiro se voltou para a avaliação das percepções tanto dos gestores, quanto dos trabalhadores, de uma empresa metalúrgica de Minas Gerais, acerca das práticas internas de RSE, utilizando a metodologia do Instituto Ethos de RSE. O segundo aplicou os Indicadores Ethos de RSE em uma empresa que adotou um novo estilo de abordagem social: a economia de comunhão. Este fato reforça o entendimento de que tais instrumentos são adequados para pesquisas que envolvem indicadores da Responsabilidade Social Empresarial.

ANÁLISE DOS INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Buscando aprofundar a compreensão e a reflexão sobre o tema, na sequência constam as análises das Práticas de Responsabilidade Social Empresarial Interna em empresas de pequeno porte, do ramo industrial metalúrgico, na cidade de Santo André, no Grande ABC Paulista. Sabendo-se que o questionário foi composto por oito indicadores de Responsabilidade Social Interna e que para cada indicador há uma questão de abrangência e algumas questões que procuram aprofundar o questionamento sobre o indicador, os resultados foram apresentados por indicador e por empresa, como se observa abaixo:

Análise do Indicador 1: Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho

Questão de abrangência: Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a empresa se preocupa em oferecer a seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, busca incentivar os cuidados com higiene e saúde e está aberta a críticas e sugestões relativas a esses aspectos?

A quase totalidade das 14 empresas (97%) afirmam que, além de cumprirem as obrigações legais, preocupam-se em oferecer a seus empregados um ambiente físico agradável com higiene e saúde estando abertas às críticas e sugestões de seus funcionários relativas a esses aspectos. Outros 3% afirmam cumprir em parte estas as obrigações determinadas pela lei. Segundo argumenta Carroll (1991), a responsabilidade ética salienta o compromisso de se fazer o que é devidamente correto,

mesmo que tais ações não estejam contempladas formalmente nas leis determinadas pela sociedade.

Quanto às questões que tratam de aprofundar o questionamento acerca das práticas de saúde, segurança e condições de trabalho, 83% das empresas afirmam desenvolver as práticas questionadas, 12% afirmam não desenvolver estas práticas, e outros 5% consideram que as práticas questionadas não se aplicam na realidade. Sendo este indicador composto por seis perguntas de profundidade, estas possuem elementos de validação e aprofundamento sobre o tema detalhados, sendo apresentadas a seguir:

- Com relação ao fumo no local de trabalho, 53% das empresas afirmam ter abolido esta prática em sua empresa.

- Afirmam incentivar os empregados a praticar atividades físicas 37% das empresas pesquisadas, os outros 63% dos respondentes afirmam não desenvolverem esta prática ou consideram que a prática não se aplica à sua realidade.

- Quanto aos cuidados com a postura corporal de seus funcionários no trabalho, 86% das empresas consideram como uma prática usual em suas dependências.

- Com relação às instalações em boas condições de uso, fornecimento de EPI (Equipamento de Proteção Individual), orientações e incentivos da importância e da maneira correta na utilização destes equipamentos, 100% das empresas afirmam desenvolver estas práticas.

Ressaltam Melo Neto e Froes (2001) que empresas socialmente responsáveis tendem a se destacar das demais empresas em função de seu padrão de comportamento ético, demonstrando comprometimento com seus funcionários e com a comunidade, por meio de ações que não tem por objetivo o marketing, mas o desenvolvimento das pessoas e da comunidade local. No entendimento de Carroll (1991), as organizações que têm este comportamento proativo assumem várias responsabilidades, entre elas, as econômicas e sociais, como parte de sua filosofia.

De forma geral, as empresas buscam desenvolver práticas voltadas para a saúde, segurança e condições de trabalho previstas nas leis, fiscalizadas por órgãos competentes, que segundo o modelo dos “três temas centrais de Responsabilidade Social Empresarial” de Carroll (1994), possuem aspectos relacionados ao domínio legal, visando o cumprimento das leis, contencioso civil e antecipação das mudanças nas leis.

Análise do indicador 2: Benefícios Adicionais

Questão de abrangência: A empresa oferece benefícios adicionais aos seus empregados e a seus dependentes?

A metade das empresas, ou seja, sete (50%) participantes da pesquisa afirmam oferecer benefícios adicionais aos seus empregados e a seus dependentes. Outros 48% que afirmam não fornecer benefícios adicionais aos seus empregados e dependentes consideram que não se aplica à empresa fornecer benefícios adicionais aos seus empregados e dependentes 2% destas empresas. Entretanto, entende-se que o cumprimento das obrigações legais, previamente determinadas, se reduz a uma obrigação contratual.

Com relação às opções das empresas por cada uma das questões que compõem este indicador, podemos verificar que:

- 72% das empresas participantes deste estudo afirmam fornecer assistência médica aos seus empregados extensiva aos dependentes;

- 36% dos respondentes declaram que a cesta básica não faz parte do pacote de benefícios oferecidos aos seus empregados;

- Com relação às orientações sobre prevenção de doenças e campanhas de vacinação realizada pela rede pública, 68% dos respondentes afirmam desenvolver esta prática em suas empresas;

- Quanto ao acompanhamento e orientação dos seus empregados sobre o calendário de vacinação de seus filhos, 86% dos respondentes afirmam não ter este controle como prática. Já 14% dos respondentes afirmam que fazem o acompanhamento e orientação sobre o calendário de vacinação dos filhos de seus funcionários;

- Com relação à creche, apenas 14% dos respondentes afirmam que sim, mantêm creche no local de trabalho ou em rede conveniada;

- O fornecimento de auxílio alimentação aos seus empregados é considerada como uma prática válida para 72% das empresas participantes deste estudo.

A partir da análise do resultado deste indicador, é possível afirmar que a prática de oferecer benefícios adicionais aos seus empregados e dependentes, ou seja, aqueles benefícios que não são obrigatórios por força de lei trabalhista ou de convenção coletiva, ainda não estão sendo considerados por mais da metade das empresas que participam deste estudo como uma prática válida. Na proposta de Carroll (1991), o

modelo conceitual sobre o significado amplo de Responsabilidade Social, está colocado em forma de pirâmide e em sua base está o nível econômico porque, segundo o autor, antes de tudo, a empresa precisa apresentar rentabilidade e ter recursos para a realização de atividades socialmente responsáveis, o que justificaria a não adoção da prática de oferecer benefícios adicionais a seus empregados e seus dependentes.

Análise do Indicador 3: Critérios de contratação

Questão de abrangência: Na contratação de empregados, a empresa divulga os critérios objetivos que vai utilizar na seleção dos candidatos (como escolaridade, tempo de experiência e conhecimentos exigidos)?

Na contratação de empregados, 86% dos respondentes afirmam que sim, divulgam os critérios de seleção que serão adotados. Outros 7% dizem que em grande parte divulgam os critérios utilizados na seleção dos candidatos. E, 7% afirmam que a empresa não divulga os critérios objetivos que vai utilizar na seleção dos candidatos. Ao aprofundar o questionamento sobre os critérios de contratação, 93% dos respondentes afirmam que, para o preenchimento das vagas, a empresa procura dar prioridade ao aproveitamento de seus próprios empregados. Outros 7% afirmam que não dão prioridade ao aproveitamento de seus próprios recursos internos no preenchimento das vagas. A empresa que prioriza o aproveitamento de seus próprios recursos humanos para o preenchimento de novas oportunidades de trabalho tem como benefício, a redução no tempo para o preenchimento da vaga, o custo da contratação é praticamente zero, não havendo a chance de o funcionário não se adaptar à empresa gerando nova necessidade de contratação. Há, ainda, o lado motivacional, que impulsiona os funcionários a estarem buscando seu contínuo desenvolvimento.

Análise do Indicador 4 – Valorização da diversidade e promoção da equidade

Questão de abrangência: Os critérios utilizados na seleção de pessoal são isentos de práticas discriminatórias em relação a gênero, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou políticas dos candidatos, bem como as pessoas com deficiência?

No que se refere à valorização da diversidade e promoção da equidade, 79% dos respondentes afirmam utilizar critérios na seleção de pessoal que sejam isentos de práticas discriminatórias. Já 21% dos respondentes afirmam que em grande parte,

procuram utilizar práticas que sejam isentas de discriminação em relação a gênero, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou políticas, bem como com as pessoas com deficiência, o que significa que não é sempre que utilizam critérios isentos de práticas discriminatórias. O indicador que trata da valorização da diversidade e promoção da equidade possui em seu conteúdo cinco questões de abrangência, que buscam identificar o desenvolvimento de certas ações que demonstram o quanto a empresa é diversa e promove a equidade em suas relações. Em um contexto geral, 56% das empresas participantes deste estudo afirmam não desenvolverem certas ações que levam em direção à diversidade e a promoção da equidade.

Buscando avaliar de forma mais pontual as práticas desenvolvidas pelas empresas com relação a este indicador, segue abaixo o resultado das respostas dadas pelos respondentes a estas questões:

-Afirmam 57% dos respondentes, que ao divulgarem a vaga, a empresa não utiliza termos relacionados à idade máxima, aparência e sexo. Outros 53% declaram que esta não é uma preocupação da empresa ou mesmo que não se aplica à sua realidade atual;

-Quando se trata de oferecer oportunidade de trabalho para ex-detentos, 64% dos respondentes afirmam não desenvolverem esta prática;

-Com relação à contratação de pessoas idosas, 93% das empresas afirmaram não manterem programa especial que venha dar oportunidade a estas pessoas, em contrapartida, a oportunidade de contratação de menores aprendizes é uma prática que 86% das empresas desenvolvem;

- A disponibilização de vagas para portadores de deficiências não é uma prática atual em 65% das empresas que fazem parte deste estudo.

Apesar de, em uma primeira avaliação, 79% das empresas pesquisadas se posicionarem como quem valoriza a diversidade e promove a equidade. Entretanto, ao realizar uma análise mais detalhada dos dados coletados, verifica-se que no dia a dia ainda há muito o que se fazer para realmente alcançar um melhor equilíbrio no campo da diversidade e da equidade. A questão da responsabilidade social, segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, vai além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade, significa mudança de atitude, em uma

perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos.

Análise do Indicador 5: Inclusão de pessoas portadoras de deficiência

Questão de abrangência: A inclusão de pessoas portadoras de deficiência no mercado de trabalho e consumo é crescente. As dependências da empresa contam com recursos para facilitar o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva ou visual (como rampas, avisos de segurança em braile, sinais luminosos e sonoros em áreas de circulação de máquinas)?

Este indicador busca identificar o índice de desenvolvimento que as empresas apresentam com relação à acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências às dependências da empresa. Observa-se que 86% dos respondentes afirmam não possuírem ou possuírem parcialmente instalações com recursos que facilitem o deslocamento e a convivência de pessoas com algum tipo de deficiência. Segundo Montana e Charnov (1998), uma empresa socialmente sensível procura formas de resolver problemas sociais, em uma abordagem proativa da responsabilidade social, prevendo problemas futuros e antecipando-se a eles com ações que evitem seu aparecimento ou minimizem seus reflexos.

Este indicador possui apenas uma questão de profundidade que procura explorar mais detalhadamente as práticas da empresa com relação à inclusão de pessoas portadoras de deficiência. Observa-se que, assim como as empresas participantes deste estudo já haviam afirmado não possuírem instalações que contem com recursos para facilitar o deslocamento e a convivência de pessoas portadoras de limitações físicas, nesta questão de profundidade, 71% dos respondentes afirmam que os funcionários da empresa não são orientados para conviver com pessoas com deficiência e atendê-las adequadamente. Isto demonstra que os respondentes reconhecem que suas empresas estão, de certa forma, despreparadas. Para Melo Neto (2001), investindo nas pessoas, a empresa transforma-as em seu principal ativo, não apenas de natureza humana, intelectual, mas principalmente social.

Análise do Indicador 6: Relações com sindicatos

Questão de abrangência: Como forma de demonstrar respeito pelo indivíduo e transparência em suas relações com o público interno, a empresa entende que é direito do funcionário participar de sindicatos e associações de classe e permite que representantes sindicais compareçam à empresa para discutir questões referentes aos interesses dos empregados?

Referente à questão que trata das relações sindicais, como forma de respeito e transparência na relação da empresa com seu público interno, observa-se que 93% dos respondentes vêem a associação de seus funcionários a organismos sindicais de classe como um direito do trabalhador permitindo, ainda, a eventual presença de representantes sindicais nas dependências da empresa para discutir questões de interesse dos empregados. Ou seja, as empresas que compreendem e utilizam a Responsabilidade Social como recursos estratégicos conseguem desenvolver maior capacidade de adaptação e reação a eventuais pressões sociais como, organizações não governamentais e sindicatos.

Dando sequência à análise dos dados referentes ao indicador das práticas de relações com sindicatos, observa-se que também 93% dos respondentes afirmam que a empresa disponibiliza, aos seus empregados, informações básicas sobre direitos e deveres da categoria, tais como, dissídio coletivo e contribuições sindicais. Segundo destaca Carvalho Neto (2001), a empresa que quer ser responsável socialmente com seu público interno, deve buscar consolidar a prática do diálogo transparente com as entidades sindicais em torno de objetivos compartilhados.

Análise do Indicador 7: Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade

Questão de abrangência: A empresa valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional de seus empregados?

Todas as empresas respondentes (100%) valorizam e desenvolvem ações relacionadas ao compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade de seus empregados. A responsabilidade Social Empresarial, segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial vem consolidando-se como uma área interdisciplinar, multidimensional e com uma abordagem sistêmica, com foco nas

relações dos diversos *stakeholders* que estão direta e indiretamente associados ao negócio da organização. Questões que sugerem o compromisso da empresa com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade de seus empregados. Estas afirmações correspondem a 80% das opções de respostas e estão detalhadas abaixo:

-64% dos respondentes subsidiam cursos para seus empregados;

-86% afirmam colaborar com a realização de estágios;

-72% concedem incentivos aos empregados matriculados em cursos de todos os níveis;

-79% das empresas pesquisadas afirmam que todos seus empregados são alfabetizados.

Os dados fornecidos pelas empresas participantes deste estudo revelam sua preocupação com o desenvolvimento educacional de seus empregados. Neste sentido, o Instituto Ethos destaca que a empresa socialmente responsável internamente deve impedir qualquer tipo de discriminação ao oferecer oportunidades, garantindo direitos iguais para todos aqueles que estiverem recebendo um treinamento, sendo avaliados, remunerados ou promovidos. Um grupo de profissionais qualificados e motivados é considerado patrimônio da empresa. Para tanto é necessário que as empresas valorizem e incentivem o permanente desenvolvimento profissional de seus empregados.

Análise do Indicador 8: Acesso à informação

Questão de abrangência: A empresa facilita o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados?

Como forma de valorizar e incentivar o desenvolvimento pessoal e profissional, 93% dos respondentes afirmam que facilitam o acesso à informação de seus empregados. É possível identificar que o acesso à informação é visto pelas empresas como uma forma de valorizar e incentivar o desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, sendo uma prática recorrente em 75% das empresas pesquisadas. Na visão do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, as empresas devem desenvolver práticas para envolver os empregados na solução de problemas da empresa, disponibilizar informações financeiras aos empregados e treiná-los para entendê-las.

Este indicador possui duas questões que buscam explorar mais profundamente o assunto, sendo que:

-86% dos respondentes afirmam que a empresa procura estimular seus empregados a utilizar seus conhecimentos com recursos por ela promovidos, incentivando a leitura e tornando disponíveis jornais, revistas e acesso à internet, em horários previamente estabelecidos.

-65% dos respondentes afirmam que a empresa busca orientar seus empregados quanto ao uso consciente de crédito, tendo em vista que o aumento de oferta de crédito no mercado tem sido acompanhado pelo aumento da inadimplência.

CONCLUSÃO

Ao concluir este estudo se pode afirmar que a questão de pesquisa foi respondida. Empresas do ramo industrial metalúrgico, com 20 a 99 empregados, na cidade de Santo André, na região do Grande ABC Paulista, desenvolvem práticas internas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Quanto aos objetivos propostos estes também foram atingidos, uma vez que foram identificadas 91 empresas do ramo industrial metalúrgico, com 20 a 99 empregados, na cidade de Santo André, na região do Grande ABC Paulista. Destas, 14 aderiram à pesquisa, sendo revelado que adotam práticas internas de RSE. E, estas praticam foram classificadas segundo os indicadores do Instituto Ethos.

Com base nas respostas das indústrias estudadas foi possível classificar estas Práticas Internas de Responsabilidade Social em duas categorias: a) categoria de práticas legais, ou seja, as práticas internas de Responsabilidade Social = que são, na verdade, imposições legais sendo obrigatória a implementação, pelo empregador, em seus estabelecimentos, ficando a empresa sob a fiscalização dos órgãos competentes e responsáveis pela imposição das sanções legais como, tais como, advertência e multa em caso de descumprimento da lei. Exemplo, os benefícios sociais previstos em lei ou convenção coletiva, o fornecimento de equipamentos de segurança individual, previsto nas normas regulamentadoras do Ministério do Trabalho e Emprego. Estas Práticas Internas de Responsabilidade Social, invariavelmente implicam em investimento financeiro para seu desenvolvimento e manutenção, mas que nem sempre, sua existência produz sentimento de satisfação e motivação nos empregados. Já sua inexistência, produz insatisfação e desmotivação nos empregados; b) categoria de práticas de conscientização, ou seja, práticas desenvolvidas pelas empresas, que não são

previstas em lei, mas que estão presentes na realidade da empresa. Exemplo, os benefícios complementares que são oferecidos pela empresa para os seus empregados, sem que estes benefícios sejam uma exigência legal como: restaurante no local de trabalho, música ambiente, sala de recreação, sala de estudos com internet, entre outros. Apesar de serem, em sua maioria, práticas simples, de baixo custo e complexidade para implantação, são ações geradoras de grande satisfação e motivação dos empregados, mas que não foram adotadas por parte das empresas pesquisadas.

Observa-se ainda que, 57% das 14 empresas participantes deste estudo, ou seja, mais da metade, oito já caminham em direção à RSE, segundo os critérios de avaliação do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Estas são, em sua maioria, administradas ou conduzidas por pessoas do gênero feminino, com formação superior e curso de pós-graduação, indicando que empresas cujo comando ou administração é feminino possuem mais práticas de Responsabilidade Social Empresarial frente àquelas que o comando é masculino, pelo menos nas empresas que fizeram parte deste estudo.

Quanto ao método de pesquisa adotado este se revelou adequado. Entretanto, uma das limitações na realização deste estudo foi a baixa adesão das empresas identificadas à pesquisa. Grande parte das empresas contatadas afirmou não poder receber pessoalmente ou dispor de tempo, entre outros motivos, para responder ao que se propunha. Ao menos duas conclusões podem ser extraídas desta atitude por parte das empresas: a) possível distanciamento entre as empresas e a academia; b) não adoção de Práticas Internas de Responsabilidade Social nas empresas que se recusaram a participar da pesquisa. De fato, foram as empresas que não responderam como sendo “totalmente” a adoção da RSE, nestas empresas.

Como conclusão geral desta pesquisa se pode inferir que os dados obtidos, embora de cunho quantitativos, embora oriundos e embasados em questões abertas, que oportunizavam ao respondente maior grau de liberdade na resposta, se referem a uma realidade específica em uma amostra pequena de respondentes. Assim, mesmo tendo cunho quantitativo o estudo, não deve ser extrapolado ou generalizado para outras indústrias de pequeno porte do ramo industrial metalurgico, de Santo André, no Grande ABC Paulista. Para tanto, deve ser retomado e ampliado, bem como aplicado em diferentes ramos industriais, na região do Grande ABC Paulista. E, também, em outros contextos geográficos. Tal trabalho, com sua continuidade, possivelmente possibilitará

uma visão mais ampla sobre as práticas internas de responsabilidade social desenvolvidas pelas empresas de pequeno porte do Grande ABC, incluídas aqui as do ramo industrial. Assim, o que se apresenta não é conclusivo. É um trabalho inicial que não teve a pretensão de esgotar o tema, mas contribuir com um levantamento, quase um diagnóstico, para que outras pesquisas sejam desenvolvidas a partir desta perspectiva da SER. E que, por sua vez, conduza no sentido de auxiliar os empresários em suas práticas de responsabilidade social, bem como, em especial, para uma ampliação de visão dos negócios, levando-os a ultrapassar os aspectos instrumentais dos marcos regulatórios.

REFERÊNCIAS

- Agnelli, R. (2012). *Uma nova lógica de investimento social*. Recuperado em 29 de outubro de 2012 de site.gife.org.br/artigos_reportagens_conteúdo_12951. Acesso em 29, out.
- Barbieri, J. C.;Cajazeira, J. E. R. (2012). *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática*. 2. ed. São Paulo, Saraiva.
- Barreto, L. G. M. ; Neto, A. C.; Tanure, B. (2014). Liderança globalmente responsável: a percepção dos executivos sobre as práticas nas organizações brasileiras. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 3-18, jan./abr.
- Borger, F. G.(2001). *Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. São Paulo, 2001, 258 f. Tese (Doutorado em Administração). FEAC/USP: São Paulo.
- Cardoso, R. (2004). Sustentabilidade, o desafio das políticas sociais no século 21. *São Paulo em Perspectiva*, v. 18, n. 2, p. 42-48. Recuperado em 08 jan. 2016 de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102839200200005&lng=pt&tlng=pt.
- Carroll, A. B. A. (1979). Three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, v.4, p. 497-505.
- Carroll, A. B. A. (1991).The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. (Balancing economic, legal and social responsibilities). *Business Horizons*, v. 34 n.4, Jul-Aug.

- Carroll, A. B. A. (1994). Social Issues in Management Research: Expert's Views, Analysis, and commentary. *Business and Society*, Apr, p. 125-148.
- Carroll, A. B. A. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, n. 38, p. 268-295.
- Carroll, A. B. A.; Buchholtz R.B. (2000). *A Business and society: ethics and stakeholder management*. 4.ed. Cincinnati: South-Western College.
- Carvalho Neto, A. (2001). *Relações de trabalho e negociação coletiva na virada do milênio: estudo de quatro setores dinâmicos da economia brasileira*. Petropolis: Vozes.
- Cochran, P. L.; Wood, R.A. (1984). Corporate social-responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, v. 27, n.1, p.42-56.
- Donaldson, T.; Dunfee, T.W. (1994). Towards a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, v.19, p. 252-284.
- Donaldson, T.; Preston, L. (1995) The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, n. 20, p. 65-91.
- Dutton, J. E., J. M. Dukerich, (1994) Organizational images and member identification, administrative. *Science Quarterly*, v. 39, p. 239-263.
- David Vieira, F. G., Higuchi, A. K., Schneider, R., & Azoline Corrêa, P. S. (2013). Corporate social marketing: State of the art and proposition of a conceptual model. *Revista De Ciências Da Administração*, v. 15, n. 37, p. 37-n/a.
- Eduardo, B. A. (2014). Inovatividade e performances social, ambiental e econômica em MPMEs: Uma investigação empírica. *Revista Ibero-Americana De Estratégia*, v. 13, n. 3, p. 15-47.
- Freguete, L. M., Nossa, V., & Funchal, B. (2015). Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro das empresas brasileiras na crise de 2008/Corporate social responsibility and brazilian firms' financial performance. *Revista De Administração Contemporânea*, v. 19, n. 2, p. 232-248.
- Frederick, W.C. (1994). From CSR1 to CSR2. *Business and Society*. v.33,n.2, p.150-64.
- Frederick, W.C. (1998). Moving to CSR4: What to pack for the trip. *Business and Society*, May, v. 37, n. 1; ABI / INFORM Global.
- GRI – Global Reporting Initiative. (2013). *Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance*, Global Reporting Initiative.

Recuperado em 10 de jan. 2013 de

<https://www.globalreporting.org/languages/portugueseportugal/Pages/default.aspx>

Giuliani, A. C.; Castro D.S.P.; Spers V.R.E. (2010). Práticas de responsabilidade social adotadas por empresas de varejo e serviços, de diferentes tamanhos, no Brasil. *Revista de Educação do Cogeime/ Instituto Metodista de Serviços Educacionais*. n.1, jan, p. 124-143. São Paulo.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2012). *Indicadores Sociais*. Recuperado em 25 de ago. 2012 de <http://www.ibge.gov.br>.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL. (2012). *Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial*. Recuperado em 25 ago. 2012 de <http://www. www3.ethos.org.br>.

ISO - International Organization for Standardization. (2012). *ISO/TMB/WG SR N 29*. Recuperado em 25 de novembro de 2014 de www.iso.org/sr.

Johnson, R. A.; Greening, D. W. (1999). The effects of corporate governance and institutional ownership types of corporate social performance. *Academy of Management Journal*, v. 42, p. 564-576.

McGuire, J. B.; Sundgren, A, (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *Academy of Management Journal*. v.31, p.854-872.

Medeiros, F.C. (2006). *Responsabilidade social corporativa: o caminho da sustentabilidade nas empresas*. Recuperado em 29 de outubro de 2012 de [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/0166CD34CE4832BC03257219005445FC/\\$FILE/fayrusse.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/0166CD34CE4832BC03257219005445FC/$FILE/fayrusse.pdf).

Melo Neto, F. P. (2001). *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Melo Neto, F. P., Froes, C. (1999). *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. 2. ed. Rio de Janeiro:Qualitymark.

Montana, P. J., Charnov, B. H. (1998). *Administração*. São Paulo: Ed. Saraiva.

Montgomery, C. A.; Porter, M. (1998). *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus.

Nagli, L. S. D. (2008). *Responsabilidade social empresarial com os trabalhadores e gestores de uma empresa metalúrgica*. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Administração.

- Pires, C. M.; Pereira, M. W. G. Moura-Leite, R. (2015). Os elementos da Responsabilidade Social Empresarial e sua relevância para o consumidor. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 38-52, mai./ago.
- Peloza, J.; Papania, L.(2008). The Missing Link between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Stakeholder Salience and Identification. *Corporate Reputation Review*. v.11, p.169-181.
- Peterson, D. K. (2004). The Relationship between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment. *Business & Society*. v.43, p. 296-319.
- Porter, M. E.; Kramer, M. R.(2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*. v. 80, n.12, p.56-68.
- Rocha, V. A. G. A. ; Silveira, L. C.; Wanderley, L. C. O. ; França, N. R. (2014). Responsabilidade social empresarial (RSE) e alinhamento estratégico: análise da centralidade e especificidade em práticas sociais empresariais. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 3-18, jan./abr.
- Santo André, P. M. (2012). *Anuário de Santo André*. Recuperado em 11 de outubro de 2013 de <http://www.guiaabcd.com.br/santoandre>.
- Silveira, N. C.(2008). *Aplicação dos indicadores de responsabilidade social empresarial: estudo de caso com uma empresa de economia de comunhão*. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e contabilidade de Ribeirão Preto.
- Rosenau, J. N. (2000). Governança, Ordem e Transformação na Política Mundial. In: Rosenau, J. N. e Czempiel, E. *Governança sem governo: ordem e transformação na política mundial*. Brasília: Ed. Unb e São Paulo: Imprensa Oficial do Estado.
- Smith, C. (1994). The New Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, v. 72, p.105-116.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. (2014). *Participação de Micro e Pequena Industria na Economia Brasileira*. Recuperado em 23 dez. 2015 de <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>
- Wilson, I. (2000). The new rules of corporate conduct. Westport Connecticut: Quorum.

Wood, D.J. (1991). Corporate Social Performance revisited. *Academy of management. The Academy of Management Review*; Oct, p. 327-341.

Vicenzi, S. E., Bulgacov, S. (2013). Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. *Revista De Ciências Da Administração*, v.15, n.35, 208-n/a.

Zanin, E. R. M., Parisotto, I. R. S. (2015). Responsabilidade Social em pequenas empresas: efeito sobre a desigualdade social. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 35-51, set./dez.