



REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL

<http://www.ccsa.ufrn.br/ojs/index.php/ambiente>

<http://www.periodicos.ufrn.br/ojs/index.php/ambiente>

<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente>

ISSN 2176-9036

PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO NAS INDÚSTRIAS DO MUNICÍPIO DE SOUSA, PB.

SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES: A STUDY IN THE CITY OF INDUSTRY SOUSA, PB.

[Artigo aprovado e apresentado no I AdCont – Congresso Nacional de Administração e Contabilidade da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010]

Autores:

José Ribamar Marques de Carvalho

Professor da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis – CCJS/UFCG. Mestre em Ciências Contábeis. Doutorando em Recursos Naturais PPGRN/UFCG. Fone: (83) 3521-3233.

E-mail: profribamar@gmail.com

Érika Mayane Aristóteles Dutra

Universidade Federal de Campina Grande.

E-mail: erika.mayane@gmail.com

Enyedja Kerlly Martins de Araújo Carvalho

Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Recursos Naturais.

E-mail: enyedjakm@gmail.com

Wilson Fadlo Curi

Professor Doutor - Programa de Pós-Graduação em Recursos Naturais – UFCG.

E-mail: wfcuri@gmail.com

Rosires Catão Curi

Professora Doutora - Programa de Pós-Graduação em Recursos Naturais – UFCG.

E-mail: rosirescuri@yahoo.com.br

RESUMO

O objetivo desse estudo concentrou-se em analisar quais as práticas gerenciais de responsabilidade social utilizadas nas indústrias da cidade de Sousa-PB, bem como identificar *clusters* de acordo com as opiniões dos gestores entrevistados, visando conhecer melhor as estratégias utilizadas nessas organizações em relação às práticas de responsabilidade social. A metodologia utilizada foi composta pela pesquisa bibliográfica, exploratória, com o uso do método dedutivo. O instrumento utilizado consistiu de um questionário composto por 23 assertivas. A amostragem foi do tipo não probabilístico e por acessibilidade, junto a 17 gestores de uma população total de 54 indústrias. Os procedimentos estatísticos foram compostos pelas técnicas da estatística descritiva e da análise de *clusters*. Verificou-se a partir dos dois *clusters* encontrados que o primeiro aglomerado é formado por empresas do segmento têxtil, de alimentos e do setor gráfico e apresentaram, segundo a opinião dos gestores entrevistados, média geral de 4,41 em relação à importância das práticas utilizadas. Já o segundo aglomerado ficou concentrado por empresas dos seguintes segmentos: sabão e derivados, leite e derivados, têxtil, plásticos, óleo vegetal e alimentos, onde apresentaram uma média igual a 3,28. Os resultados evidenciaram que a maioria das empresas utiliza práticas de responsabilidade social em suas atividades com base na intuição e experiência do próprio gestor.

Palavras-chave: Práticas de Responsabilidade Social. Segmento Industrial. Análise de *Cluster*.

ABSTRACT

The aim of this study focused on analyzing the management practices which social responsibility used in the industries of the city of Sousa-PB and identify clusters according to the views of managers interviewed in order to better understand the strategies used in these organizations in relation to the practices of social responsibility. The methodology used was composed by the literature search and exploratory, using the deductive method. The instrument used was a questionnaire consisting for 23 claims. Sampling was non probabilistic and accessibility, with 17 managers from a total of 54 industries. The statistical procedures were set by statistical techniques descriptive and cluster analysis. It was found from the two clusters found that the first cluster is formed by business segment textile, food and the printing industry and presented, in the opinion of managers interviewed, the overall average of 4.41 on the importance of practices used. The second cluster was concentrated by companies the following segments: soap products, dairy products, textiles, plastics, vegetable oil and food, which had a mean of 3.28. The results showed that most companies use practices social responsibility in their activities based on intuition and experience the managers themselves.

Keywords: Social Responsibility Practices. Industrial Segment. Cluster Analysis.

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Ao longo dos últimos anos vem se constatando o crescimento das discussões sobre a responsabilidade social em diversos campos da atividade empresarial a partir das pressões da sociedade. Inúmeras são as demandas que vislumbram por práticas de gestão empresarial com essa preocupação, visto que as ações dos empreendimentos não devem ser apenas fruto de

preocupações eminentemente financeiras e sim de estratégias que envolvam aspectos econômicos, sociais e ambientais, dentre outros.

Notadamente a conscientização social e o crescente nível de informação que a sociedade vem absorvendo nos últimos tempos é parte importante nas mudanças no comportamento organizacional, visto que, ao longo dos anos as exigências impostas às empresas são maiores, ocasionando desta forma um novo posicionamento empresarial no meio em que se encontra inserida.

Diante disto e também face à concorrência, as empresas acabam por utilizar de novas estratégias gerenciais com vistas a manter-se em sintonia com o mercado, buscando alternativas de integração com o público interno e externo, relacionando sua imagem a conceitos e valores éticos e, conseqüentemente, a responsabilidade social (KARKOTLI, 2007).

Igualmente, entende-se que a introdução da Responsabilidade Social Empresarial é, atualmente, uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Dentro desse contexto e devido às transformações sofridas pela sociedade, surge nas entidades econômicas à necessidade de desenvolver práticas gerenciais de Responsabilidade Social que visem atender aos interesses das diferentes partes envolvidas no negócio como os sócios, funcionários, fornecedores, consumidores e meio ambiente, incorporando esses procedimentos no planejamento de suas atividades empresariais.

Uma pesquisa realizada em 2004 pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social mostrou que o brasileiro vem valorizando cada vez mais a atuação socialmente responsável das empresas. Essa pesquisa mostra que a atitude empresarial deve contribuir para a melhoria das condições de vida da sociedade, indo além do simples cumprimento das leis (SERPA, 2005).

Com base nessas premissas e levando-se em consideração a importância do segmento em estudo, especificamente na região do sertão paraibano, por ser um segmento em que não existem pesquisas com essa preocupação (ao menos foi o que se constatou) surgiu interesse em analisar quais as práticas gerenciais de responsabilidade social utilizadas nas indústrias da cidade de Sousa-PB, bem como identificar clusters de acordo com as opiniões dos gestores entrevistados, visando conhecer melhor as estratégias utilizadas nessas organizações.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social

A dinâmica do mundo dos negócios traz consigo atualmente diversos elementos que têm impactado e gerado modificações no contexto em que as empresas se encontram inseridas. Algumas dessas mudanças são amplamente discutidas e conhecidas por estudiosos e profissionais da área das ciências empresariais, como a concorrência entre os mercados, a revolução tecnológica, a globalização e várias outras mudanças que estão em curso, já outras mudanças avançam de maneira mais silenciosa e não menos impactante.

No entendimento de Mostardeiro e Ferreira (2005) eventos ou movimentos que surgiram há várias décadas vêm gradualmente tomando contornos mais definidos com o passar do tempo, como o crescimento de Estados democráticos de direito, o aumento da participação da sociedade em movimentos diversos, o aumento do poder e influência das ONGs e a ampliação da consciência socioambiental dos consumidores.

Esses eventos têm moldado o contexto ambiental e desencadeado diversas reflexões na sociedade e nas empresas sobre temas como diversidade, direitos humanos, equidade, transparência e responsabilidade, levando as organizações a depararem-se frequentemente com dilemas éticos que podem afetar a tomada de decisão.

Dentro desse entendimento fica evidente que a preocupação com aspectos relacionados à responsabilidade empresarial é fator preponderante dentro do processo de decisão e precisa ser discutida cotidianamente pelos gestores, como maneira de maximizar seus ativos e, conseqüentemente, garantir a sobrevivência do empreendimento, vez que a preocupação única e exclusivamente com aspectos relacionados com a rentabilidade é muito questionada no atual contexto empresarial. Dessa forma, entende-se que há uma crescente preocupação por parte das empresas em compreender e incorporar a Responsabilidade Social à sua realidade, já que as empresas podem descobrir os benefícios de ser socialmente responsáveis e podem ainda utilizar isso como meio de promover suas atividades, aderindo a esse movimento, já que atinge a comunidade, os funcionários, meio ambiente, consumidores, fornecedores, etc.

Ashley (2002, p.6) conceitua Responsabilidade Social como:

“O compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetam positivamente de modo amplo e a alguma comunidade de modo específico, atingindo pro ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas com ela.”

Para Karkotli (2007, p. 12):

“A responsabilidade social é assunto recente, teorizado e colocado em prática apenas a partir da metade do século XX, época de evolução social e criação de novas organizações em razão de falhas cometidas pelo governo nesta área, que tem demonstrado não possuir condições de resolver todos os problemas sociais.”

Ashley (2002) ainda afirma que com o aumento das desigualdades sociais, provocado principalmente pelo reflexo da globalização surge a necessidade de buscar novas alternativas para garantir o crescimento do mercado e a minimização de tais problemas. Para o autor é crescente a utilização de estratégias e processos que melhor traduzam, junto com o lucro, a sensibilidade e sintonia das organizações para as necessidades de seus clientes; para a questão de qualidade de produtos ou serviços oferecidos; para a proteção e uso adequado de recursos do meio ambiente natural; para as relações éticas e justas para com trabalhadores, fornecedores, e governos (ASHLEY, 2002).

Esse entendimento é reforçado por Murray e Montanary (1986) quando dizem que a empresa estará cumprindo com sua responsabilidade social na medida em que proporcionar uma melhoria nas condições de vida da sociedade, atendendo a seus desejos e necessidades.

2.2 Alguns Estudos sobre Responsabilidade Social no Brasil

Nesse tópico são discutidos alguns estudos que envolveram a temática relacionada à Responsabilidade Social. Trata-se de artigos científicos publicados em eventos nacionais, teses e dissertações defendidas por programas de pós-graduação.

Mostardeiro e Ferreira (2005) analisaram a inserção de estratégias de responsabilidade social a partir das estratégias corporativas, visando identificar as práticas de Responsabilidade Social Cooperativa (RSC) realizadas por três empresas do Rio Grande do Sul. Nesse estudo os autores analisaram os processos de formação e desencadeamento das estratégias de responsabilidade social. Concluíram que as estratégias de RSC apresentam um padrão

emergente de formação, condicionadas tanto por fatores externos como por visão interna das organizações. Aparentemente estas estratégias vão evoluindo e passando a fazer parte das estratégias corporativas das empresas.

Ventura (2005) realizou um estudo que teve por objetivo analisar a construção e justificativa de ações no campo das organizações bancárias, dentro do movimento pela responsabilidade social empresarial. O autor tentou investigar como está sendo eleito, justificado e operacionalizado o conceito no setor. Ele concluiu que nesse segmento das organizações bancárias têm despertado o interesse pela responsabilidade social de maneira ativa.

Campanhol e Breda (2005) realizaram algumas reflexões sobre as responsabilidades das empresas, na tentativa de demonstrar até que ponto as grandes empresas da cidade de Franca/SP têm se envolvido em realizar políticas sociais, até então de responsabilidade única e exclusiva do Estado. Os autores, por meio de um questionário, identificaram ações sociais desenvolvidas, permitindo diferenciar as políticas sociais propriamente ditas das ações meramente assistencialistas. Nesse estudo puderam concluir que há um paradoxo existente entre o discurso e a prática. A imagem do empresariado da cidade não destoava da imagem tradicional associada aos empresários brasileiros, conforme relatado pelos autores quando citam Diniz e Boschi (1993). Para eles as empresas não estão envolvidas em ações típicas dos projetos sociais que visam soluções de curto, médio e longo prazos, pois as ações mais realizadas pelas empresas são práticas filantrópicas ou assistencialistas, isto é, doações em dinheiro ou de materiais, produtos e equipamentos, presentes em 90% das empresas. Portanto, são ações que minimizam problemas imediatos. Reforçam ainda que o grande desafio para o milênio que se inicia, é proporcionar uma mudança de paradigma nas empresas através de sua humanização, afinal de contas, toda organização é constituída de seres humanos, cidadãos com atuações nas diferentes partes interessadas para a construção de objetivos comuns.

Borger (2001) investigou a influência da adoção dos conceitos e ferramentas da responsabilidade social na gestão empresarial. Os resultados da pesquisa sugerem que o relacionamento entre as variáveis estudadas depende do contexto em que atuam as empresas, várias análises são feitas sobre as relações entre as variáveis, lançando algumas luzes sobre um tema bastante novo e controverso.

Silva *et. al.* (2004) verificaram se as empresas refinadoras de cera de carnaúba apresentavam comportamentos socialmente responsáveis a partir da análise do nível de atuação. No estudo foram pesquisadas as pequenas e médias empresas refinadoras de cera de carnaúba, filiadas ao sindicato patronal no Estado do Ceará, localizadas na grande Fortaleza. Observou-se que neste segmento industrial a responsabilidade social é confundida com a obrigação social e que as 'ações sociais' quando acontecem são voltadas para o assistencialismo.

Kitahara (2007) identificou a existência de relações significativas entre o desempenho financeiro das empresas e o seu nível de investimento em ações de Responsabilidade Social. A pesquisa envolveu a análise de uma amostra de 897 balanços sociais publicados pelo IBASE no período de 2000 a 2004, por 298 empresas de diversos portes, nacionais e multinacionais, que atuavam no Brasil. Os resultados encontrados revelam evidências de que a adoção de práticas de Responsabilidade Social pode influenciar no desempenho financeiro das empresas.

Fedato (2005) estudou os principais conceitos que definem a Responsabilidade Social corporativa e refletiu sobre o papel das empresas na sociedade onde estão inseridas. Entre os principais resultados obtidos puderam ser destacados os seguintes: empresas de porte pequeno e médio porte investem em ações sociais tanto quanto empresas de grande porte. Já as empresas de capital aberto tendem a tratar a estratégia de atuação social com maior grau de formalização e planejamento que as empresas de capital fechado.

Já Tisott *et. al.* (2006) abordam em seu estudo dois elementos de relevância, tanto do ponto de vista acadêmico como em termos organizacionais: a Responsabilidade Social e *Balanced Scorecard*. Investigaram cinco organizações situadas no Estado do Rio Grande do Sul, que adotaram a metodologia do *Balanced Scorecard*, na tentativa de verificar se existia uma gestão das ações sociais e ambientais. Os resultados demonstraram que o modelo de gestão citado pode se constituir em um instrumento para qualificar o processo de discussão, planejamento e incorporação da Responsabilidade Social Corporativa, uma vez que parte das organizações já está gerenciando suas ações de responsabilidade social a partir dessa metodologia. Acrescentam, ainda, na pesquisa a importância de manter um processo de qualificação permanente das pessoas (funcionários e gestores) para o exercício da Responsabilidade Social Corporativa, vez que as organizações que buscam a melhoria contínua em seus processos, também necessitam investir continuamente em ações de Responsabilidade Social, como forma de garantir a competitividade organizacional é um diferencial estratégico.

3. PROCEDIMENTOS NORTEADORES DO ESTUDO

Os procedimentos norteadores da pesquisa concentram no método dedutivo, já que este parte de uma situação geral para uma particular, posto existir uma teoria que trata sobre o assunto estudado nesse trabalho. O tipo de abordagem foi qualitativa e quantitativa.

Quanto aos meios, o desenvolvimento desse trabalho se deu por meio de pesquisa bibliográfica. Quanto aos fins, caracteriza-se como sendo de natureza exploratória por envolver levantamento bibliográfico e entrevista semi-estruturada com gestores que tiveram (ou tem) experiências práticas com o problema pesquisado. Possui ainda a finalidade básica de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para a formulação de abordagens posteriores. Segundo Gil (2008) este tipo de estudo visa proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que esse possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores.

No tocante a população concentrou-se nas indústrias em atividade na cidade de Sousa-PB. A amostra utilizada é do tipo não probabilística e por acessibilidade, na qual contemplou 17 empresas, a partir do cadastro do Serviço Social da Indústria da Paraíba (SESI/PB) e da Federação das Indústrias do Estado da Paraíba (FIEP/PB). O estudo foi realizado durante o primeiro semestre do ano de 2009. O estrato da amostra está exposto na tabela 1.

Tabela 1 – População e Amostra do Estudo

Ramo de Atividade	Total da População	Amostra pesquisada	% da Amostra
Sabão e Derivados	07	03	42,8%
Leite e Derivados	07	04	42,8%
Têxteis	06	03	85,7%
Gráfica	02	01	50%
Plásticos	04	02	50%
Óleo Vegetal	02	01	50%
Alimentos	26	03	11,5%
Total	54	17	31,48%

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Para a coleta dos dados foi utilizado um instrumento de pesquisa em forma de questionário com perguntas objetivas com o intuito de conhecer os aspectos relacionados ao problema de pesquisa, sendo o mesmo desenvolvido com apoio da literatura consultada, especialmente dos indicadores do Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2008). Os

dados foram coletados por meio de formulários de pesquisa com 23 questões/assertivas através de entrevistas presenciais com os gestores.

A execução da análise dos dados foi feita com software *Statistical Package Social Science* - SPSS versão 8.0. Os procedimentos estatísticos utilizados foram compostos pelas técnicas da estatística descritiva e da análise multivariada (análise de clusters).

4. RESULTADOS DO ESTUDO

Este tópico revela os resultados obtidos na pesquisa, através das informações oriundas de um formulário de pesquisa junto aos entrevistados. Esses questionamentos tentam identificar e analisar quais as práticas de Responsabilidade Social são adotadas pelas indústrias da cidade de Sousa-PB.

As assertivas foram elaboradas levando em consideração as seguintes dimensões: Valores e transparência, Público Interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e clientes, Comunidade e Sociedade.

4.1 Caracterização dos Entrevistados

Inicialmente foi investigado o cargo do entrevistado, tendo em vista que a pesquisa foi direcionada para esse público alvo por acreditar que essas pessoas poderiam apontar com maior propriedade o assunto questionado. A tabela 1 demonstra que a maioria dos entrevistados são gerentes e proprietários (ambos com 41,2%), seguido de diretor/sócio (17,6%).

Em relação ao porte das empresas pesquisadas 35,29% são classificadas como microempresa, 35,29% média empresa, e 29,41% como pequena empresa.

4.2 Práticas Gerenciais de Responsabilidade Social Utilizadas pelas Empresas

A seguir estão evidenciadas as práticas gerenciais utilizadas pelas empresas. A tabela 2 as práticas de responsabilidade social relacionadas a valores e transparência. A maior concentração de respostas esteve concentrada na opção muito importante (Moda = 5). Verifica-se na variável 1, que apesar de apenas 23,5% realizarem treinamento para capacitar seus colaboradores 41,2% acreditam ser muito importante; 47, 1% das respostas são imparciais em relação às práticas relacionadas ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas, muito embora 94,1% afirmarem que fazem o uso dessa prática.

Em relação a questões éticas percebe-se que 88,2% das empresas possuem pessoas responsáveis para lidar com questões dessa natureza e na maioria das vezes o responsável é o próprio gestor. Enquanto 11,8% dos entrevistados não se preocupam com questões dessa natureza. Em relação à prática comunicação regular com os *stakeholders*, a maioria dos gestores utilizam essa prática (94,1%).

Tabela 2 – Práticas de Responsabilidade Social – Valores e Transparência

	ASSERTIVA	Sim	Não	Não é importante		Muito Importante			Moda
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1	Treinamento para seus colaboradores	23,5	76,5	-	11,8	17,6	29,4	41,2	5
2	Transparência e veracidade de informações	94,1	5,9	-	-	47,1	11,8	41,2	3
3	Questões empresariais éticas	88,2	11,8	-	5,9	35,3	23,5	35,3	3
4	Denúncias e resolução de conflitos	64,7	35,3	-	23,5	11,8	17,6	47,1	5
5	Comunicação regular com os <i>stakeholders</i>	94,1	5,9	-	11,8	35,3	11,8	41,2	5

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

No que se refere às práticas de responsabilidade social relacionadas ao público interno verifica-se que a maior moda é encontrada nas práticas relacionadas à rotatividade dos colaboradores e acessibilidade das informações dos funcionários, bem como bonificação de seus colaboradores. A menor moda está concentrada na prática relacionada ao fato da empresa contratar trabalhadores terceirizados. Os resultados mostram que a grande maioria não possui colaboradores terceirizados (64,7%); 58,8% oferecem bonificações aos colaboradores a partir do desempenho nas atividades; e 88,2% dos gestores analisam a rotatividade dos colaboradores.

Tabela 3 – Práticas de Responsabilidade Social – Público Interno

	ASSERTIVA	Sim	Não	Não é importante		Muito Importante			Moda
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
6	Informações dos funcionários ao sindicato para que estes se posicionem	82,4	17,6	-	11,8	47,1	23,5	17,6	3
7	Gestão participativa	82,4	17,6	5,9	-	58,8	17,6	17,6	3
8	Monitoramento do quadro de funcionários buscando equidade na participação de homens e mulheres.	52,9	47,1	-	29,4	35,3	5,9	29,4	3
9	A empresa possui colaboradores terceirizados.	35,3	64,7	5,9	29,4	29,4	29,4	5,9	2
10	Realiza bonificações de seus colaboradores a partir dos desempenhos demonstrados nas atividades empresariais.	58,8	41,2	-	17,6	23,5	29,4	29,4	4 e 5
11	Possuem políticas de respeito com relação à acessibilidade das informações, respeitando a privacidade dos funcionários.	94,1	5,9	-	5,9	29,4	11,8	52,9	5
12	Rotatividade dos colaboradores	88,2	11,8	-	-	29,4	17,6	52,9	5

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

Em relação às práticas relacionadas ao meio ambiente, é possível perceber que a grande maioria das empresas utiliza tais práticas. Observa-se que 94,1% das empresas pesquisadas se preocupam com os impactos causados por suas atividades no meio ambiente, mas admitem que as ações reparadoras ainda são insuficientes para amenizar os danos causados pelos processos produtivos. Apenas 5,9% ainda não aderiram ao movimento de preservação ambiental e ainda não possuem um controle dos danos causados. Todavia, através da pesquisa *in loco* foi possível perceber que essas organizações ainda não dispõem de

práticas empresariais bem estruturadas em relação a um sistema de gestão ambiental, já que as ações são realizadas de maneira intuitiva e sem um planejamento que possa levar em consideração os atributos ou critérios relevantes em relação a cada decisão. Entende-se que mesmo não utilizando sistemas de gerenciamento ambiental, conforme o que preceitua a literatura, existe uma utilização de práticas informais que estão subsidiando essa suposta responsabilidade socio-ambiental.

Tabela 4 – Práticas de Responsabilidade Social – Meio Ambiente

	ASSERTIVA	Sim	Não	Não é importante		Muito Importante			Moda
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
13	A empresa cumpre os parâmetros e requisitos exigidos por lei e mantém práticas internas de melhoramento ambiental.	94,5	5,9	-	11,8	23,5	11,8	52,9	5
14	Há desenvolvimento periódico de campanhas internas de redução do consumo de água, energia, reciclagem de materiais, resíduos etc.	88,2	11,8	-	5,9	11,8	29,4	52,9	5
15	A empresa está preocupada com os aspectos ambientais que envolvem as atividades do empreendimento.	94,1	5,9	-	-	,3	11,8	52,9	5

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

A tabela 5 evidencia os resultados em relação as práticas relacionadas aos fornecedores e clientes. Percebe-se que 35,3% das empresas entrevistadas escolhem seus fornecedores não só pelo preço e qualidade dos produtos, mas também observam sua postura frente à sociedade e a questões sociais e ambientais, bem como utilizam as práticas da responsabilidade social para agregar valor a marca empresarial ($M_o = 2$). Já 64,7% não utilizam essas práticas. Observa-se que esses gestores ainda não atentaram para a importância devido ao grande percentual de empresas que não utilizam.

Tabela 5 – Práticas de Responsabilidade Social – Fornecedores e Clientes

	ASSERTIVA	Sim	Não	Não é importante		Muito Importante			Moda
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
16	Há preocupação em escolher fornecedores não só pelo preço e qualidade mas também que utilizem políticas públicas sociais.	35,3	64,7	5,9	11,8	52,9	17,6	11,8	3
17	A empresa utiliza da responsabilidade social para agregar valor a sua marca.	35,3	64,7	17,6	29,4	23,5	11,8	17,6	2

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

A tabela 6 mostra que 58,8% das organizações conhecem a realidade das comunidades na qual estão inseridas e buscam empregar o maior número de pessoas oriundas do local, dada a importância desse ato para a sociedade; 41,2% não possui programas para captar mão de obra local, apenas contratam de acordo com a necessidade da empresa e as habilidades dos profissionais em questão; 47,1% das empresas desenvolvem ou apóiam projetos de ação social, visto acreditarem que a comunidade carece de um envolvimento maior da empresa.

Tabela 6 – Práticas de Responsabilidade Social – Comunidade

	ASSERTIVA	Sim	Não	Não é importante		Muito Importante			Moda
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
18	A empresa conhece a realidade das comunidades na qual está inserida e busca empregar o maior número de colaboradores locais	58,8	41,2	-	17,6	41,2	41,2	-	3 e 4
19	A empresa desenvolve ou apóia projetos de ação social	52,9	47,1	5,9	29,4	11,8	23,5	29,4	2 e 5

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

No tocante a prática de responsabilidade social relacionadas ao governo e sociedade verifica-se que 76,5% das empresas industriais fazem doações de produtos, serviços ou recursos financeiros para a sociedade, algumas de forma mais constante e outras colaboram sempre que são solicitadas. Apenas 23,5% não acompanham essa prática.

Com relação à contratação de estagiários pode se observar que 29,4% das empresas dispõem de estagiários em seus quadros de funcionários, garantindo seus direitos e proporcionando oportunidades de emprego e renda para os jovens. 70,6% não possuem nenhum convênio com instituições para recrutar estagiários e atuar no mercado de trabalho.

Tabela 7 – Práticas de Responsabilidade Social – Governo e Sociedade

	ASSERTIVA	Sim	Não	Não é importante		Muito Importante			Moda
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
20	Faz doações de produtos, serviços ou recursos financeiros.	76,5	23,5	-	11,8	41,2	23,5	23,5	3
21	A empresa dispõe de programa de contratação de estagiários.	29,4	70,6	-	29,4	23,5	23,5	23,5	2

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

Os resultados apresentados nessa seção demonstram certas preocupações empresariais em relação às práticas utilizadas. De acordo com Rezende e Santos (2006 *apud* Gallon e Ensslin, 2007, p.4), a adesão das empresas à sustentabilidade, que equivale a um compromisso com a integridade do meio ambiente e com os princípios da responsabilidade social, fez com que o mercado financeiro, por meio das instituições financeiras, introduzisse mudanças institucionais. Estas mudanças dizem respeito à aderência das organizações a um projeto de comprometimento social. Todavia, Coral (2002 *apud* Gallon e Ensslin, 2007, p. 4) destaca que as três condições básicas da sustentabilidade (economia, meio ambiente e sociedade) são muitas vezes vistas como conflitantes, no modelo da economia neoclássica, onde as maiores preocupações dos gestores continuam sendo as questões econômicas e tecnológicas.

4.3 Resultados da Análise de Clusters

Posteriormente a análise descritiva e no intuito de identificar os aglomerados de opiniões foi aplicada a técnica da análise de conglomerados no intuito de identificar as similaridades existentes entre as respostas dos entrevistados. Entre as diferentes medidas de semelhança existentes e os diferentes critérios de agregação, optou-se pela medida de semelhança “quadrado da distância euclidiana” já que nesse estudo foram utilizados dados intervalares e ainda por ser recomendada para os métodos de Ward, seguindo o entendimento de Pohlmann (2007, p.337). No método Ward (utilizado na análise), os *clusters* são formados de modo a minimizar a soma dos quadrados dos erros.

Aplicando os dados através do Método de Ward, tem-se o resultado apresentado na tabela 8. Os resultados demonstram que a primeira linha representa o estágio 1. É possível

perceber que neste estágio estão combinadas as empresas 8 e 9 conforme mostra a coluna conglomerados combinados. Verifica-se que estes objetos (opiniões dos gestores das empresas 8 e 9) foram aglomerados no primeiro estágio por apresentarem a menor distância euclidiana entre si (medida mais comumente usada da similaridade entre dois objetos – Hair *et. al.* 2005), ou seja, o entendimento dos entrevistados em relação às suas respostas foram bem parecidos. Percebe-se que a próxima empresa (objeto) a ser aglomerada as outras duas está descrito na coluna próximo estágio. Neste caso, a próxima empresa a ser aglomerada é a 2, no estágio 15. Neste estágio, observa-se o número 1 na coluna estágio que o primeiro conglomerado aparece, significando que um objeto deste estágio (empresa 2) foi aglomerado no estágio 1 (observe ainda o estágio 13 da coluna conglomerado combinado).

**Tabela 8 - Calendário de aglomeração das opiniões dos gestores pesquisados
(Concentração de respostas sobre as Práticas de RS)**

Estágio	Conglomerados Combinados		Distância Euclidiana	Estágio em que o primeiro conglomerado aparece		Próximo Estágio
	Conglomerado 1	Conglomerado 2		Conglomerado 1	Conglomerado 2	
1	8	9	0,0	0	0	15
2	12	13	5,0	0	0	4
3	16	17	13,0	0	0	7
4	4	12	22,667	0	2	6
5	7	15	37,167	0	0	11
6	4	5	51,750	4	0	10
7	11	16	66,417	0	3	13
8	2	14	81,917	0	0	13
9	6	10	97,917	0	0	12
10	1	4	120,267	0	6	11
11	1	7	147,310	10	5	14
12	3	6	176,643	0	9	14
13	2	11	206,876	8	7	15
14	1	3	248,600	11	12	16
15	2	8	306,771	13	1	16
16	1	2	414,235	14	15	0

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

Corroborando os dados da tabela acima foi utilizada outra forma de visualizar o resultado do processo de aglomeração (tabela 9). Nesta tabela, as linhas representam aos números de conglomerados e as colunas, por sua vez, os objetos que estão sendo aglomerados, neste caso, as opiniões dos gestores das empresas investigadas. A observação a ser feita é de baixo para cima. No caso em estudo, observa-se novamente que as opiniões dos gestores das empresas 8 e 9 coincidem, já que apresentam a coluna totalmente preenchida. Essa característica segundo Roses e Leis (2002) denota que estes são os primeiros objetos aglomerados/*clusters* e assim por diante as demais são aglomeradas, diminuindo o tamanho da coluna.

5 gestores estão localizadas no aglomerado 1, e todas obtiveram médias superiores a 4, motivo este que justifica o cluster e o fato de considerarem as práticas investigadas como entre importante e muito importante, conforme demonstrado abaixo:

- Empresas 8 e 9 – Segmento Indústria Têxtil
- Empresa 11 – Segmento Indústria Gráfica
- Empresas 16 e 17 – Segmento Indústria de Alimentos

Tabela 10 – Grau de importância das práticas analisadas do Cluster 1

Empresas	Média das respostas – Grau de Importância das Práticas
Empresas 8 e 9	Média = 4,14
Empresa 11	Média = 4,57
Empresa 16	Média = 4,33
Empresa 17	Média = 4,62
Média Geral = 4,41	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

Por sua vez, as opiniões dos 12 gestores em relação à importância das práticas de responsabilidade social (empresas/gestores 2, 14, 7, 15, 12, 13, 4, 5, 1, 6, 10 e 3) ficaram aglomeradas no *cluster 2*, ou seja, percebe-se que existe uma maior concentração de respostas neste cluster, porém a média geral se apresenta inferior ao cluster 1 ver descrição a seguir:

- Empresas 1, 2 e 3 – Segmento Industrial de Sabão e Derivados
- Empresas 4, 5 e 7 – Segmento Industrial de Leite e Derivados
- Empresa 10 – Segmento da Indústria Têxtil
- Empresas 12 e 13 – Segmento da Indústria de Plásticos
- Empresa 14 – Segmento Industrial de Óleo Vegetal
- Empresa 15 – Segmento Industrial de Alimentos.

Tabela 11 – Grau de importância das práticas analisadas do Cluster 2

Empresas	Média das respostas – Grau de Importância das Práticas
Empresa 1	Média = 3,67
Empresa 2	Média = 3,71
Empresa 3	Média = 2,81
Empresa 4	Média = 2,81
Empresa 5	Média = 2,67
Empresa 6	Média = 3,81
Empresa 7	Média = 3,38
Empresa 10	Média = 3,33
Empresa 12	Média = 3,33
Empresa 13	Média = 3,33
Empresa 14	Média = 3,14
Empresa 15	Média = 3,33
Média Geral = 3,28	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

Tabela 12 – Composição dos Clusters

Opiniões dos Gestores	Conglomerado	Distância
1	2	4,551
2	2	5,327
3	2	5,542
4	2	3,943
5	2	4,938
6	2	5,436
7	2	4,835
8	1	3,736
9	1	3,736
10	2	4,047
11	1	4,578
12	2	2,459
13	2	2,717
14	2	4,766
15	2	3,635
16	1	3,219
17	1	3,156
Número de Opiniões em cada Conglomerado		
Conglomerado	1	5
Conglomerado	2	12
Validado		17
Dado perdido		0

Fonte: Pesquisa de Campo, 2009.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa teve como objetivo analisar quais as práticas de responsabilidade social utilizadas pelas indústrias da cidade de Sousa, PB, bem como identificar clusters a partir das peculiaridades dos gestores.

Os resultados evidenciaram que a maioria das empresas utiliza práticas de responsabilidade social em suas atividades, relacionadas a valores e transparência, público interno, meio ambiente, fornecedores e clientes, comunidade, governo e sociedade. Percebeu-se que existe a maioria dos gerenciamentos são realizados com base na intuição própria do gestor, dos clientes ou dos colaboradores. É importante destacar que algumas organizações precisam se adaptar a nova realidade empresarial, já que, não estão utilizando práticas eficazes e necessárias para garantir o desenvolvimento das atividades empresariais, vez que não seguem um modelo de responsabilidade social bem estruturado, conforme o que preceitua a literatura especializada.

Estes resultados, embora restritos a um número limitado de empresas, pode oferecer algum subsídio aos gestores do segmento em estudo, bem como aos demais interessados na área.

Verificou-se a partir dos dois *clusters* encontrados que o primeiro bloco é formado por empresas do segmento têxtil, de alimentos e do setor gráfico e apresentaram segundo a opinião dos gestores entrevistados média geral de 4,41. Já o segundo composto por empresas dos seguintes segmentos: sabão e derivados, leite e derivados, têxtil, plásticos, óleo vegetal e alimentos apresentaram uma média inferior de 3,28.

Constatou-se uma maior necessidade de capacitação por parte dos gestores no intuito de entender de maneira mais efetiva a importância das práticas de responsabilidade social refletindo não apenas a necessidade de focar seus esforços gerenciais em práticas eminentemente financeiras e sim em uma responsabilidade social concentrada numa nova

postura, na qual a função econômica e financeira possam se situar no mesmo nível da função ética e social, fazendo surgir também o conceito de desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo, Saraiva, 2002.

BORGER, F. G. **Responsabilidade Social: Efeitos da Atuação Social na Dinâmica Empresarial**. Tese de Doutorado - Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, 2001.

CAMPANHOL, E. M.; BRENDA, F. de A. Responsabilidade Social: Entre o Assistencialismo e a Moderna Gestão Corporativa. In: XXIX Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD, **Anais...** Brasília, DF, 2005.

ETHOS - **Instituto Ethos de Responsabilidade Social** – Disponível em: www.ethos.org.br. Acesso em: 02 abr. 2009.

FEDATO, M. C. L. **Responsabilidade Social Corporativa: Benefício Social ou Vantagem Competitiva? Um Estudo das Estratégias de Atuação Social Empresarial e sua Avaliação de Resultados**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo, 2005.

GALLON, A. V.; ENSSLIN, S. R. Gestão Ambiental e Sustentabilidade Empresarial: Análise de Cluster da Evidenciação das Empresas que compõem o ISE. In: XVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. **Anais...** Foz do Iguaçu/PR, Brasil, 09 a 11 de Outubro de 2007.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR, J. F. Jr.; *et. al.* **Análise Multivariada de Dados**. 5. edição. Bookman Editora, São Paulo, 2005.

KARKOTLI, G. **Responsabilidade Social Empresarial**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

KITAHARA, J. R. **Responsabilidade Social e Desempenho Financeiro das Empresas: Um Estudo Empírico utilizando o Balanço Social IBASE**. Tese de Doutorado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo, 2007.

MOSTARDEIRO, M. M.; FERREIRA, G. C. Análise das Estratégias de Responsabilidade Social e sua Inserção na Estratégia Corporativa de Três Empresas do Rio Grande do Sul. In: XXIX Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD, **Anais...** Brasília, DF, 2005.

MURRAY, K. B.; MONTANARI, J. R. *Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory*. Academy of Management Review, Vol. 11, No. 4, 1986, p. 815-827.

POHLMANN, M. C. **Análise de Conglomerados**. In: CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. (Org.) Análise Multivariada para os Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. FIPECAFI. São Paulo, Atlas, 2007.

RELAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DA CIDADE DE SOUSA, PB. SESI – Serviço Social da Indústria. 2009.

RELAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DA PARAÍBA 2009. FIEP- Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – www.fiepb.org. Acesso 03 abr. 2009.

ROSES, C. F.; LEIS, R. P. **Um Estudo das Condições Sócio-Econômicas de Municípios Gaúchos através da Análise de Cluster.** Revista Administração On Line, v. 3, nº 3, jul/ago/set de 2002. Disponível em: www.fecap.br/adm_online/art33/rose1.htm Acesso em: 09 de jul. 2010.

SILVA, J.; *et al.* Responsabilidade Social Empresarial: uma Análise na Indústria Refinadora da Cera de Carnaúba. In: XXVIII Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD, **Anais...** Curitiba/PR, 2004.

SERPA, D. A. F. Ética e Responsabilidade Social são Realmente Importantes? Um Estudo com Futuros e Atuais Gestores de Empresas. In: XXIX Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD, **Anais...** Brasília, DF, 2005.

TISOTT, S. T.; *et. al.* A Gestão das Ações Sociais: Um Estudo em Organizações que utilizam o Balanced Scorecard. In: XIII Congresso Brasileiro de Custos, **Anais...** Belo Horizonte - MG, Brasil, 30 de outubro a 01 de novembro de 2006. (A)

TISOTT, S. T.; *et al.* Responsabilidade Social: Um Estudo em Organizações com Atuação no Estado do Rio Grande do Sul. In: XIII Congresso Brasileiro de Custos, **Anais...** Belo Horizonte - MG, Brasil, 30 de outubro a 01 de novembro de 2006. (B)

VENTURA, E. C. F. Dinâmica da Institucionalização de Práticas Sociais: Construindo e Justificando Ações Socialmente Responsáveis no Campo das Organizações Bancárias. In: XXIX Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD, **Anais...** Brasília, DF, 2005.