

## RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DO COLABORADOR ACERCA DAS PRÁTICAS SOCIAIS DE UMA EMPRESA CALÇADISTA DO MUNICÍPIO DE IGREJINHA-RS

Mariana Salomé Schaeffer Wilbert<sup>1</sup>

Letícia Goulart dos Santos Tessmann<sup>2</sup>

### RESUMO

Responsabilidade social é uma conduta voluntária, que está em evidência nos últimos anos por diversas organizações. Uma organização transparente demonstrará solidez aos seus *stakeholders*. O presente artigo teve por finalidade evidenciar se as práticas de responsabilidade social da empresa Usaflex S/A são divulgadas e conhecidas entre seus colaboradores. Para isso, foi realizado uma pesquisa documental em arquivos publicados pela empresa e aplicado um questionário com perguntas semiestruturadas com os colaboradores da empresa. Esta pesquisa foi do tipo quali-quantitativa, com o objetivo de constatar o nível de compreensão pela parte interna da organização sobre as ações de responsabilidade social que vêm desempenhando interna e externamente. O questionário teve sua aplicação nos meses de junho a julho de 2018, e permitiu verificar que a empresa procura fortalecer de forma consciente seus pilares de sustentabilidade, com o apoio de todos que compõem a empresa.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social. Público Interno. Balanço Social.

### ABSTRACT

*Social responsibility is a voluntary behavior, which has been evident in recent years by various organizations. A transparent organization will demonstrate solidity to its stakeholders. The purpose of this article was to demonstrate if the practices of social responsibility of the company Usaflex S.A. are disclosed and known among its employees. To achieve this, a documentary research was carried out on files published by the company and a semi-structured survey was applied to the company's employees. This research was of the qualitative-quantitative type, aiming to verify the level of understanding of the internal organization of actions of social responsibility that have been conducted internally and externally. The survey was applied from June to July 2018, and allowed to verify that the company seeks to strengthen its sustainability pillars in a conscious way, with the support of all that composes the company.*

**Keywords:** *Social responsibility. Internal Public. Social Balance Sheet.*

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Taquara/RS E-mail: marisscaheffer@gmail.com

<sup>2</sup> Professora Orientador das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Taquara/RS E-mail: leticiatessmann@faccat.br

## 1 INTRODUÇÃO

Em meio às mudanças empresariais, a conduta de responsabilidade social está em foco: ter consciência social e atentar-se para as questões de clima interno e de preservação do meio ambiente em que está inserido têm sido um diferencial competitivo adotado por muitos empresários. Hoje as empresas devem ir além de apenas gerar lucros e empregos, elas devem ter visão do todo.

Karkotli (2007) afirma que responsabilidade social é uma nova tática das empresas para elevar os lucros e aumentar seu desenvolvimento, devido à maior conscientização por parte do consumidor em buscar por produtos e condutas que procuram a melhoria do meio ambiente ou da sociedade, prezando os aspectos éticos essenciais à cidadania.

Existe um motivo principal para as empresas publicarem seus relatórios de sustentabilidade, pois creem que, de alguma forma, serão beneficiadas. Contudo, não existe apenas um motivo para a organização escolher iniciar seus relatos de desempenho não financeiro e suas informações de sustentabilidade. As razões podem ser internas ou externas, financeiras ou morais, tangíveis ou intangíveis, sendo que, com o passar dos tempos, essas razões podem sofrer alterações (GRI, 2018).

Para Amaral (2016), a gradativa evidenciação de demandas acerca de conscientização ambiental e social no meio empresarial deu-se devido às obrigações legais atuais, tanto de mercado quanto da sociedade em geral, tornando cada vez mais crescente a introdução de medidas de desenvolvimento sustentável em suas linguagens.

Assim sendo, o presente estudo se justifica pelo fato de o tema estar em constante evidência, existindo poucas empresas da região que aderiram a essas práticas. A responsabilidade social está sendo uma nova forma de gestão das empresas, com foco no futuro e na qualidade de vida dos seus *stakeholders*<sup>3</sup>. Além disso, esta pesquisa tem como intuito verificar se as práticas de responsabilidade social possuem um nível de evidenciação das informações de público interno e externo da empresa que seja difundido entre seus colaboradores e se essas ações impactam positivamente no clima interno da organização.

---

<sup>3</sup> *Stakeholders* ou partes interessadas: São todas as pessoas ou entidades que afetam ou são afetadas pelas atividades da organização (acionistas, colaboradores, clientes, fornecedores, etc.). (SANTOS, 2012).

O problema de pesquisa consiste na verificação se, de fato, estão difundidas as práticas de responsabilidade social empresarial voltadas para o público interno e externo da Usaflex S/A com seus colaboradores e, dessa forma, identificar se existe empenho por parte da empresa e dos colaboradores nos projetos sociais desenvolvidos.

O objetivo deste estudo está em identificar o nível de compreensão pela parte interna da empresa a respeito das ações de responsabilidade social e suas consequências no que se refere ao público interno e externo da Usaflex e, por objetivos específicos, identificar as ações sociais praticadas ao público interno e externo da Usaflex; verificar o nível de conhecimento dos colaboradores acerca de responsabilidade social; verificar se, em conjunto com a empresa, praticam ações sociais com a comunidade local; identificar a utilização de relatório para informação social e se há conhecimento por parte de seus colaboradores a respeito do relatório; bem como verificar a existência na empresa de um plano de carreira definido.

O presente artigo foi estruturado em cinco seções: a primeira corresponde à introdução da pesquisa; a seguinte seção traz a fundamentação teórica, que embasa e contextualiza, a partir dos autores, sobre o assunto abordado. Na seção três apresenta-se a metodologia utilizada na pesquisa, que utilizou um questionário semiaberto aplicado aos colaboradores da empresa sobre o assunto estudado; na seção quatro encontra-se a análise dos dados coletados que, com os resultados obtidos, foram confrontados com a fundamentação teórica e os objetivos, finalizando com a seção cinco: as considerações finais do estudo.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Responsabilidade Social**

Conforme a ABNT NBR ISO 26000 (2010), a expressão de responsabilidade social já era utilizada em larga escala em 1970, apesar de, no século XIX, já existirem indícios de responsabilidade social por parte de organizações e governos.

Ainda a ABNT NBR ISO 26000 (2010, p. 4) conceitua responsabilidade social como:

responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que

- contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e bem-estar da sociedade;
- leve em consideração as expectativas das partes interessadas;
- esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas internacionais de comportamento; e
- esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações.

Para Ashley (2003), responsabilidade social é o comprometimento de uma organização para com a sociedade, explícito por meio de atos e atitudes que influenciem positivamente de forma ampla, comportando-se de forma proativa e coerente no que se refere ao seu papel essencial na sociedade e à sua contribuição para com ela.

De acordo com Montana e Charnov (2003), o comportamento de uma empresa em adotar responsabilidade social não tem apenas propósito financeiro, mas também responsabilidades sociais. Os gerentes que assumem esse comportamento em suas decisões terão não apenas ganhos econômicos, mas a valorização de sua imagem perante a comunidade.

Para Vallaeys, Cruz e Sasia (2009), a concepção implícita de responsabilidade social é o desenvolvimento sustentável, ou seja, a preocupação com as consequências ambientais e sociais da atividade humana ou das organizações, tornando como forma de gestão o quesito de ética sustentável nas iniciativas e abordagens das organizações em geral.

Karkotli (2007) explica que responsabilidade social é uma conduta ética e responsável pela busca de qualidade entre as relações que as empresas têm com seus *stakeholders*, relacionada direta ou indiretamente ao negócio, sendo inserida uma orientação estratégica da empresa voltada à reflexão sobre os desafios éticos nos fatores econômicos, ambientais e sociais.

Já Jonker (2011) afirma que empregados bem motivados, de boa qualificação e sadios, transparecem crescimento e continuação da empresa. A sociedade mudou no seu aspecto profundamente, no sentido de que o que era local agora é global, e o que era antes fechado, tornou-se aberto. Tudo está interligado e conectado de alguma forma, sendo que os princípios societários clássicos não combinam com as necessidades e dificuldades enfrentadas pela presente sociedade. Como consequência, as demandas estão sendo listadas como sendo papel e responsabilidade praticados pelas empresas. É dever das empresas não apenas se

preocuparem com produtos e serviços de alto padrão, e sim atender as necessidades dos seus *stakeholders* internos e externos, como também reduzir qualquer impacto ambiental ou social negativo que possa surgir.

Para Coutinho *et al.* (2015), responsabilidade social aparece quando uma empresa decide, voluntariamente, cooperar por um ambiente mais limpo e justo para todos. Como resultado, buscará uma posição mercadológica diante de seus *stakeholders*, com o intuito de proteger e fortalecer sua imagem e reputação, motivando seus funcionários e conseguindo as chances de aumentar recursos e conhecimentos, melhorando assim seus lucros.

Ainda Tinoco e Robles (2006) ressaltam que a sociedade começou a exigir informações das empresas a respeito das questões ambientais, assim também a contabilidade passa de, além de informar a situação econômica, relatar as ações de gestão ambiental, que visam prevenir e corrigir os danos causados.

Segundo a ABNT NBR ISO 26000 (2010), para desenvolver e realizar a responsabilidade social, o propósito maior da organização é aumentar sua colaboração para com o desenvolvimento sustentável. Dentro desse propósito, cabe à organização respeitar sete princípios básicos de responsabilidade social.

O quadro 1, a seguir, demonstra os princípios:

**Quadro 1 – Princípios de responsabilidade social empresarial**

<b>Princípio</b>	<b>Definição</b>
<b>Accountability</b>	Convém que a organização preste contas e se responsabilize por seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente.
<b>Transparência</b>	Convém que uma organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente.
<b>Comportamento ético</b>	Convém que a organização comporte-se eticamente.
<b>Respeito pelos interesses das partes interessadas</b>	Convém que uma organização respeite, considere e responda aos interesses de suas partes interessadas.
<b>Respeito pelo Estado de Direito</b>	Convém que uma organização aceite que o respeito pelo estado de direito é obrigatório.
<b>Respeito pelas normas internacionais de comportamento</b>	Convém que uma organização respeite as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito pelo estado de direito.
<b>Respeito aos Direitos Humanos</b>	Convém que uma organização respeite os direitos humanos e reconheça tanto sua importância como sua universalidade

Fonte: Adaptado de ABNT NBR ISO 26000 (2010).

É relevante que as organizações sigam as orientações dos sete princípios da responsabilidade social descritos na ABNT NBR ISO 26000 (2010) para que sua participação seja mais ampla no desenvolvimento sustentável.

## **2.2 Responsabilidade social no Brasil e relatórios de sustentabilidade**

No Brasil, o primeiro instituto que desenvolveu uma ferramenta de comparação das práticas sociais empresariais foi o IBASE. Criado no início da década de 80, desenvolveu uma metodologia de divulgação do balanço social estruturado em sete grupos que mostram indicadores e informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos colaboradores, acionistas, investidores e à comunidade (IBASE, 2018).

Para o Instituto Ethos (2018), responsabilidade social é uma forma de gestão que será definida pela sua relação ética e transparente da empresa diante a todos os públicos a que está relacionada e pela criação de metas empresariais que promovem o desenvolvimento sustentável. Ainda salienta que é importante que as organizações participem com as constantes evoluções da sociedade, propagando a diversidade e reduzindo as desigualdades sociais e as agressões ao meio ambiente.

Para Karkotli (2007), a marca de uma empresa é seu patrimônio maior, ou seja, quem tem atitude de ser consciente com a comunidade será bem visto pelo consumidor brasileiro. As atitudes de uma empresa podem ligar a sua própria marca a uma imagem ética, que, no futuro, poderá fazer com que a maioria dos consumidores priorizem essas atitudes, sendo reconhecida pela sua conduta. A escolha da empresa em ser responsável socialmente não é mais por modismo, e sim um objetivo levado com seriedade.

Segundo Cardoso (2009), no Brasil, entre as décadas de 70 e 80, teve considerável preocupação, no contexto acadêmico e empresarial, a respeito de como e quando as empresas deveriam responder pelas suas obrigações sociais. Nesse mesmo período, houve grande preocupação, surgindo então grupos de voluntários lutando pelas causas em defesa das minorias, dos direitos humanos, pela paz e pela não degradação dos recursos ambientais do planeta, buscando o desenvolvimento sustentável do planeta.

No Brasil, não existe um modelo padrão para elaborar o relatório de responsabilidade social e ambiental, nem mesmo internacionalmente (CRC-RS, 2009), sendo que os indicadores de responsabilidade social que mais estão sendo

aplicados nas empresas são o balanço social (relatório de sustentabilidade), seguindo os modelos do Instituto Ethos, GRI ou IBASE, a diretriz ISO 26000, ISO 14001 e SA 8000, entre outras (SANTOS; ALVES, 2018).

Seguem alguns modelos mais utilizados no Brasil e suas definições no Quadro 2:

**Quadro 2 – Modelos e definições de relatórios de sustentabilidade (balanço social)**

Modelo	Definição
<b>IBASE</b>	O modelo IBASE foi desenvolvido pelo sociólogo Hebert de Souza, o Betinho. Neste modelo, o demonstrativo é publicado anualmente pelas empresas, sendo demonstrado um conjunto de informações dos projetos elaborados, benefícios e ações sociais dirigidas para o público interno e externo da empresa. Seu desenvolvimento é simples (IBASE, 2018).
<b>Instituto Ethos</b>	Este modelo assemelha-se ao IBASE, porém é mais minucioso nas situações de tomadas de decisão, nos resultados alcançados e nas dificuldades encontradas, permitindo um olhar mais ordenado da empresa, servindo de ferramenta de análise e control. (INSTITUTO ETHOS, 2018).
<b>GRI – Global Reporting Initiative</b>	O GRI é um método riquíssimo de análise interna das condutas exercidas a respeito de sustentabilidade interna e sua realização legítima. Sua estrutura é fácil de entender por todos os interessados, na aplicação nos campos sociais e ambientais (INSTITUTO ETHOS, 2018). Também os indicadores apontados pelo GRI são de natureza internacional, podendo ser utilizados de acordo com as necessidades da empresa como sugestões (CRC-RS, 2009).

Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Conforme Ballejo (2011) salienta, por mais que o balanço social seja uma forma clara de apresentar as ações que as empresas têm a respeito de responsabilidade social, não é obrigatório, tornando uma conduta voluntária por parte das empresas. Existem vários modelos de balanços social e de relatórios de sustentabilidade, de modo que as empresas procurarão o que melhor se enquadre, de acordo com suas necessidades.

### 2.3 Normas da responsabilidade social

As normas têm como finalidade orientar ou aferir a responsabilidade social da empresa tanto interna como externa, conferindo-lhe o título de empresa cidadã e informando que seus produtos são socialmente corretos. As certificações são indicadas às empresas e aos fornecedores que obedecem à legislação trabalhista em vigência e que garantam aos seus colaboradores todas as suas atribuições previstas em lei (MELO NETO; FROES, 1999).

### 2.3.1 Diretriz ABNT NBR ISO 26000

A ISO 26000 foi elaborada pelo ISO/TMB Working Group on Social Responsibility (ISO/TMB WG SR) por meio de um processo multi-partite que envolveu especialistas de mais de 90 países e 40 organizações internacionais ou com ampla atuação regional envolvidas em diferentes aspectos da responsabilidade social. Esses especialistas vieram de seis diferentes grupos de partes interessadas: consumidores; governo; indústria; trabalhadores; organizações não governamentais (ONG); serviços, suporte, pesquisa, academia e outros. Além disso, buscou-se um equilíbrio entre países em desenvolvimento e desenvolvidos, assim como um equilíbrio entre gêneros na elaboração dos grupos. Apesar dos esforços feitos para assegurar uma participação equilibrada de todos os grupos de partes interessadas, um equilíbrio total e eqüitativo de partes interessadas foi limitado por diversos fatores, inclusive a disponibilidade de recursos e a necessidade de conhecimento do idioma inglês. (ABNT NBR ISO 26000, 2010, p.v).

A referida diretriz foi organizada pela Comissão de Estudo Especial de Responsabilidade Social (ABNT/CEE-111). É uma norma internacional que cria diretrizes básicas para responsabilidade social. Através da ISO 26000 é possível traçar os objetivos que a empresa pretende seguir. Ela tem a intenção de auxiliar as organizações a colaborarem com um desenvolvimento sustentável, encorajando as empresas a irem além da aceitação legal, entendendo que a conformidade com a lei é fundamental para qualquer organização e, de tal forma, essencial para a responsabilidade social (ABNT NBR ISO 26000, 2010).

### 2.3.2 ABNT NBR ISO 14001

Elaborada pelo Comitê Brasileiro de Gestão Ambiental, esta norma caracteriza as condições necessárias para um sistema de gestão ambiental que uma organização poderá utilizar a fim de maximizar o seu desempenho ambiental. Com a utilização desta norma, a organização poderá gerir, de forma sistêmica, as suas responsabilidades ambientais, colaborando para o pilar ambiental da sustentabilidade (ABNT NBR ISO 14001, 2015).

### 2.3.3 SA 8000

A certificação internacional SA 8000 foi criada em 1997 pela SAI (*Social Accountability Internacional*), antiga CEPAA. Essa entidade não governamental está situada nos Estados Unidos e relacionada com a *Council on Economic Priorities*

(Conselho de Prioridades Econômicas), pioneira no campo de responsabilidade social das empresas. Tal certificação tem como intuito essencial certificar empresas que utilizam maneiras gerenciais voltadas aos recursos humanos e ao bem-estar de trabalho. Também é voltada ao trabalho infantil, saúde e segurança, liberdade de associação, trabalho forçado, direito à negociação coletiva, discriminação, práticas disciplinares, horário de trabalho, remuneração e sistemas de gestão (BOURSCHEIDT, 2002).

## 2.4 Responsabilidade social e os *stakeholders* internos

A responsabilidade social tem por finalidade a preocupação com o público interno da empresa, que são os colaboradores e seus dependentes. Para Melo Neto e Froes (1999), uma empresa que se preocupa com seus colaboradores, ganha sua lealdade e empenho.

**Figura 1 – Os sete temas centrais da ISO 26000**



Fonte: ABNT NBR ISO 26000, 2010.

Para Willmersdorf (2000), a responsabilidade social deve partir de dentro da empresa, com o respeito perante os seus colaboradores e seus variados perfis pessoais, para o estímulo de uma boa convivência e da coletividade interna. Ela deve realizar, ainda, a motivação para que alcancem a concretização profissional. Também o pagamento de salários justos aos seus colaboradores é uma forma de exercer uma ação social.

Na responsabilidade social interna, é importante investir no bem-estar dos colaboradores, em um ambiente agradável e saudável, bem como dar retorno aos acionistas, manter a sinergia com todos os envolvidos, garantindo a satisfação dos clientes ou fornecedores (GUEDES, 2010).

Conforme os indicadores ETHOS (2018), a empresa que utiliza os princípios de responsabilidade social empresarial não está limitada apenas a respeitar os direitos dos trabalhadores, mas investe no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, buscando uma melhor condição de trabalho e um maior vínculo de relacionamento com eles. A instituição deve atentar ao respeito à cultura local, revelando uma conduta ética e responsável com as minorias.

Para Santos e Alves (2018), é significativo que a empresa crie meios de gestão participativa em que haja o estímulo à colaboração dos empregados na solução de problemas da organização, com benefícios e bonificações atrelados ao desempenho e à obtenção de metas estabelecidas.

## **2.5 Responsabilidade social e seus *stakeholders* externos**

Para Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social externa tem o foco na comunidade, contribuindo com ações sociais, principalmente para as áreas de educação, saúde, assistência social e ecologia.

Segundo a ABNT NBR ISO 26000 (2010), dentro dos temas centrais relacionados aos *stakeholders* externos, está o meio ambiente; práticas leais de operação; questões relativas ao consumidor; envolvimento e desenvolvimento da comunidade. Cabe ressaltar que cada temática possui uma ordem de questões que respondem às temáticas.

Além disso, a responsabilidade social de uma empresa ultrapassa a esfera da própria empresa e estende-se à comunidade local, envolvendo, para além dos trabalhadores e acionistas, um vasto espectro de outras partes interessadas: parceiros comerciais e fornecedores, clientes, ONG e autoridades públicas que exercem a sua atividade junto das comunidades locais ou no domínio do ambiente (COMISSÃO EUROPEIA, 2001, p.12).

Para Santos (2009), responsabilidade social para o público externo não está apenas relacionada com a venda de bons produtos, ela está associada à elaboração de projetos para o bem da comunidade. Uma empresa será socialmente responsável

se buscar dialogar com a comunidade na busca por projetos que resolvam as reais necessidades.

A empresa que assume o compromisso com a melhoria da qualidade de vida da sociedade; com a venda de bons produtos; com a compra de matéria-prima de primeira linha e atua de forma ecologicamente correta; com a busca de ações sociais voltadas para o bem-estar da comunidade, verifica que essas ações acarretam retorno sob todos os aspectos: econômico, financeiro e social. As empresas acabam também contribuindo para a vida da comunidade local em termos de emprego, remuneração, benefícios e impostos (COMISSÃO EUROPEIA, 2001).

Para Santos e Alves (2018), é importante que a empresa tenha respeito pelos costumes e pela cultura local, bem como o esforço na educação e a divulgação de valores sociais devem estar nas políticas de envolvimento comunitário da instituição. A comunidade em que a empresa está implantada proporciona a infraestrutura e o capital social desempenhados pelos seus empregados e parceiros, apoiando, naturalmente, para a efetivação de seus negócios.

## 2.6 Estudos precedentes

Para a realização deste estudo, foram utilizados como apoio estudos precedentes de extrema importância na área do tema abordado, que serão apresentados no Quadro 3.

### Quadro 3 – Estudos Precedentes

Autor(es)	Ano de publicação	Artigo
BALLEJO, Tatiana Campos	2011	Estudo sobre a importância do Balanço social, demonstrando o modelo mais difundido no Brasil.
SANTOS, Giovanna Paiva dos	2012	Estudo sobre conceito e importância de um relatório de sustentabilidade, as vantagens, o descaso e a falta de conscientização de empresas e o modelo mais utilizado no Brasil.
SOBREIRA, Tássia Bastos; GALVÃO, Reny Aparecida; SOUZA, Maria Tereza Saraiva de	2015	Um estudo de caso em uma pequena empresa industrial que implementou um programa de responsabilidade social, com base nos indicadores do Instituto ETHOS.

Fonte: Quadro elaborado pela acadêmica (2018).

Ballejo (2011) realizou um estudo bibliográfico acerca de responsabilidade social das empresas, demonstrando a evolução histórica do balanço social, sendo, no Brasil, o modelo IBASE o mais utilizado atualmente. A importância da empresa em utilizar o balanço social e prestar informações, será um respeito à sociedade e aos colaboradores envolvidos.

Santos (2012) demonstrou a importância da utilização de um relatório de sustentabilidade, sendo de suma importância que os contadores tenham conhecimento desse relatório, que serve de prestação de contas a seus *stakeholders*. Destaca-se como um problema a falta de padronização e de conhecimento a respeito do que é balanço social e do relatório de sustentabilidade por parte dos contadores.

Sobreira *et al.* (2015) realizou um estudo de caso em uma pequena empresa industrial que utiliza os indicadores ETHOS para evidenciar suas práticas sociais. As autoras aplicaram um questionário para o setor administrativo e para as partes interessadas, com o intuito de verificar as práticas adotadas pela empresa. A partir dos dados coletados, puderam verificar que os indicadores do Instituto ETHOS contribuem para guiar as empresas em analisar e desenvolver práticas de responsabilidade social.

### **3 METODOLOGIA**

A pesquisa tem objetivo exploratório, caráter quali-quantitativo, com modelo de questionário semiestruturado.

Para Vergara (2009), toda pesquisa deve ser desenvolvida com a necessidade de um projeto bem feito que deverá orientá-la. Isso não garante o sucesso da investigação, mas a falta ou inadequação desse projeto, poderá garantir o insucesso.

Gil (2009) salienta que toda pesquisa deve ser bem planejada, de forma geral, com formulação do problema, especificação dos seus objetivos, construção de hipóteses, operacionalização dos conceitos, entre outros. No planejamento, deve-se também prever o tempo que poderá ser despendido na pesquisa, bem como os recursos humanos, materiais e financeiros para sua efetivação.

#### **3.1 Unidade de pesquisa**

A unidade de análise consiste na indústria de calçados Usaflex S/A, localizada no município de Igrejinha, no Vale do Paranhana - RS, no Brasil.

Nesta empresa foi analisado e verificado o conhecimento dos funcionários a respeito das práticas de responsabilidade social que ela desenvolve e seu conhecimento por parte de seus públicos interno e externo. Foi então aplicado um questionário para o setor administrativo, visando saber se estão a par das ações desenvolvidas pela empresa, e se há uma participação voluntária por parte do colaborador nas ações praticadas por ela.

A Usaflex S/A, fundada em 1998, é a pioneira em desenvolver calçados confortáveis com *design* arrojado. Tem o seu nome consolidado no mercado interno e externo, buscando cada vez mais atender seus *stakeholders* nos aspectos sustentáveis, sociais e econômicos. Possui 8 unidades industriais situadas no Vale dos Sinos e Paranhana, sendo sua matriz na cidade de Igrejinha - RS. A empresa proporciona 2,8 mil empregos diretos, produzindo, diariamente, cerca de 25 mil pares por dia (USAFLEX, 2018).

A Usaflex utiliza orientações globais da GRI (*Global Reporting Initiative*), para atender seus *stakeholders*. As informações divulgadas nesse relatório apresentam os resultados e as consequências no intervalo de tempo em questão, no que se refere a estratégias, a abordagens de gestão praticadas pela organização e aos compromissos (GRI, 2018).

Em 2012, a empresa publicou seu primeiro relatório de sustentabilidade, que englobava 51 indicadores, já em 2013, teve acréscimo de mais 3 indicadores. A partir de 2014, incluiu os objetivos do Milênio (ODMs), estabelecidos em 2000 pela ONU – Organizações das Nações Unidas no que se refere aos problemas mundiais. No ano de 2015, o desafio era reduzir as emissões de gases do efeito estufa – GEEs.

Em 2016, a empresa vendeu 69% de seu capital social à WSC Participações S/A, controlada pelo fundo *Private Equity Axxon Group*, em parceria com o co-investidor Sergio Bocayuva, almejando o crescimento célere, destacando sempre a visão no “amanhã que queremos”, tendo os pilares de sustentabilidade norteando seus passos (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE USAFLEX S/A, 2016).

### **3.2 Métodos utilizados à pesquisa**

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, além da aplicação de questionário, também a pesquisa foi do tipo documental, pois foi realizada a verificação de relatórios sociais da empresa. Uma pesquisa documental obedece às

mesmas etapas do estudo bibliográfico, mas vai além de documentos localizados na biblioteca, sendo mais diversificada e ampla sua investigação (GIL, 1989).

O método deu-se mediante a análise de discurso para perguntas abertas. Segundo Bauer e Gaskell (2003), uma análise de discurso é uma interpretação atenta e próxima do texto ou do contexto, para explorar todo o seu conteúdo, disposição e finalidades.

As perguntas em formato fechado “são aquelas para as quais todas as respostas possíveis são fixadas de antemão. Há casos em que são previstas apenas as respostas ‘sim’ ou ‘não’ (dicotômicas). Mas há também casos em que as perguntas admitem número relativamente grande de respostas possíveis (múltipla escolha). As perguntas abertas são aquelas em que o interrogado responde com suas próprias palavras, sem qualquer restrição” (GIL, 1989, p. 127).

### **3.3 Coleta e análise dos dados**

A coleta dos dados ocorreu entre os dias 05 de junho a 15 de julho de 2018, por meio de formulário eletrônico aplicado aos colaboradores do setor administrativo da empresa, na forma de um questionário composto por 15 perguntas, sendo 5 questões abertas e 10 questões fechadas, em que as alternativas foram escolhidas dentre as opções pré-definidas pelo pesquisador. As primeiras questões tinham o intuito de identificar as características dos pesquisados, como gênero, idade, grau de instrução e tempo de empresa; as demais questões tinham o intuito de verificar o conhecimento das ações praticadas pela empresa por parte dos colaboradores e identificar se há compreensão do assunto em estudo pelos colaboradores da empresa.

Foi aplicado o questionário em forma de formulário eletrônico em uma amostra de 64 colaboradores do setor administrativo da empresa Usaflex, e obteve-se o retorno de 22 colaboradores, equivalente a 34,38% do total da amostra aplicada.

Todos receberam o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), enviado junto com o questionário, o qual identificava o pesquisador e a Instituição de Ensino, e explicava que o intuito da pesquisa era exclusivamente acadêmico. Ao confirmar a participação para responder ao questionário da pesquisa relacionado ao tema *Responsabilidade Social*, as perguntas ficavam disponíveis para respondê-las.

## **4 ANÁLISE DOS DADOS**

No Quadro 4, a seguir, é apresentada uma classificação das questões acerca dos objetivos, com a intenção de facilitar a compreensão:

#### Quadro 4 – Objetivos da pesquisa

Objetivos da pesquisa	Questões relacionadas
Identificar o gênero, tempo de empresa, idade e grau de instrução;	1, 2, 3 e 4
Identificar a localidade dos colaboradores;	5
Identificar a o conhecimento do assunto <i>Responsabilidade Social</i>	6
Identificar as alterações que os funcionários tiveram após a empresa adotar a responsabilidade social;	7, 8, 9, 10, 11 e 12
Identificar se a participação do colaborador é espontânea;	13
Identificar se o colaborador sabe da existência do relatório de responsabilidade social que a empresa utiliza.	14
Identificar o grau de motivação na empresa a respeito das ações de responsabilidade social.	15

Fonte: Quadro elaborado pela acadêmica (2018).

As questões 1, 2, 3 e 4 tinham o propósito de traçar o perfil do colaborador.

A Tabela 1, a seguir, demonstra o perfil dos colaboradores que participaram da pesquisa.

#### Tabela 1 – Perfil dos colaboradores

Características	Quantidade
<b>Gênero</b>	
Feminino	18
Masculino	4
<b>Total</b>	<b>22</b>
<b>Faixa etária</b>	
18 a 21 anos	0
22 a 25 anos	3
26 a 29 anos	10
Mais de 30 anos	9
<b>Total</b>	<b>22</b>
<b>Grau de instrução</b>	
Ensino fundamental incompleto	0
Ensino fundamental completo	0
Ensino médio incompleto	0
Ensino médio completo	1
Ensino superior incompleto	7
Ensino superior completo	12
Especialização	2
<b>Total</b>	<b>22</b>
<b>Tempo na empresa</b>	
1 a 3 anos	12
4 a 6 anos	1

7 a 9 anos	4
Mais de 10 anos	5
<b>Total</b>	<b>22</b>

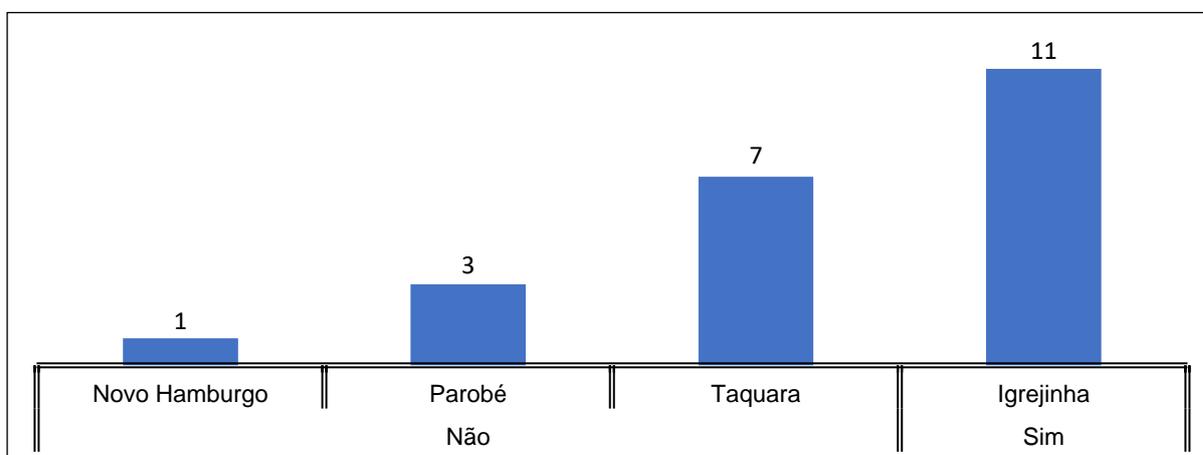
Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Analisando as respostas obtidas, foi possível verificar que 81,82% é do gênero feminino e 18,18% do gênero masculino. A idade dos participantes concentra-se em 45,5%, com idades entre 26 a 29 anos, e 40,9% com mais de 30 anos, e apenas 13,6% têm idade de 22 a 25 anos. Já na questão relacionada ao grau de instrução, pode-se verificar que 54,55% têm ensino superior completo, 31,82% possui ensino superior em andamento, 9,09% apresentam especialização, ficando com apenas 4,55% para ensino médio completo. Também é possível verificar que 54,55% estão na empresa de um a três anos, 22,73% há mais de 10 anos, 18,18% de 7 a 9 anos e, por fim, apenas 4,54% estão de 4 a 6 anos na empresa. Com essa informação, foi possível verificar a rotatividade da empresa, sendo o percentual mais elevado no quesito de 1 a 3 anos.

Com as respostas obtidas, foi possível verificar que a instituição preza pela qualificação, ou seja, que seu colaborador tenha formação ou busque a qualificação. A idade está concentrada em 26 a 29 anos, sendo de mais maturidade. Bourscheidt (2002) reforça que empresas têm a ação de adotar a postura socialmente responsável custeando ou reembolsando, parcialmente ou totalmente, os gastos com os estudos de seus colaboradores, em cursos profissionalizantes ou nível superior de ensino.

### Questão 5: Você é do município de Igrejinha? Se não, qual seu município?

**Gráfico 1 – Localidade**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

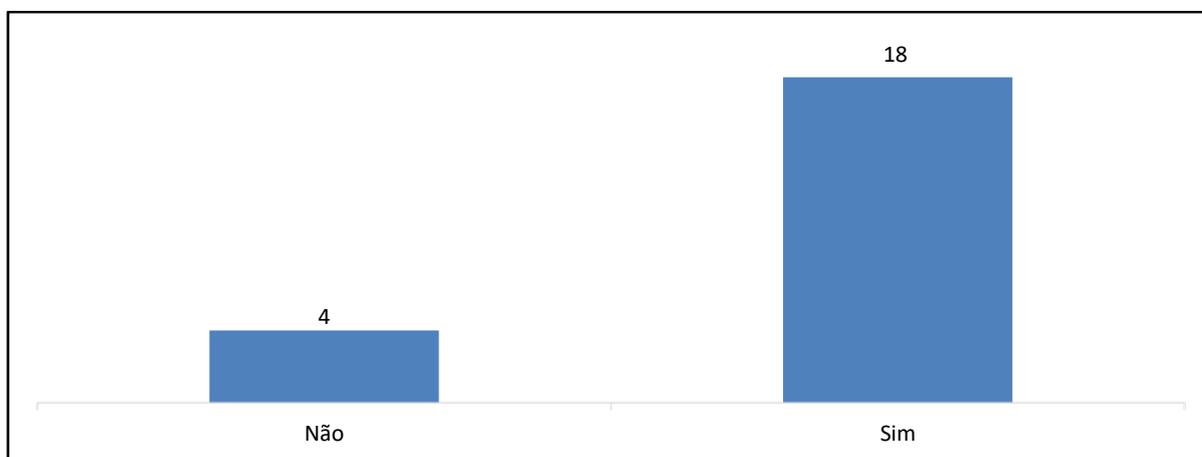
Representando 50% do total estão os entrevistados que moram em Igrejinha, cidade da empresa em que foi aplicado o questionário, já 31,82% moram em Taquara, 13,64% moram em Parobé e 4,54% moram em Novo Hamburgo. Com essa informação, foi possível verificar que parte do quadro de colaboradores é da cidade de Igrejinha, sendo que a empresa em estudo preza em manter seu quadro de funcionários residentes na região.

### **Questão 6: O que você entende por Responsabilidade Social?**

Para esta questão, no formato de pergunta fechada, resultou em 100%, ou seja, as 22 respostas recebidas afirmaram que responsabilidade social era “Uma conduta ética e responsável para com a sociedade”, demonstrando conscientização e entendimento sobre o assunto para prosseguimento do questionário. Segundo a ABNT NBR ISO 26000 (2010), a característica fundamental de responsabilidade social é a disposição de uma organização em agregar considerações socioambientais em seus meios decisórios, assim como *accountability* de seus atos e atividades perante a sociedade e o meio ambiente. Dessa forma, implicará uma forma mais transparente e ética para o desenvolvimento sustentável, em conformidade com as leis e solidez com as normas internacionais.

**Questão 7: Você conhece os projetos desenvolvidos pela sua empresa? Se sim, aponte dois projetos:**

**Gráfico 2 – Nível de conhecimento dos projetos realizados pela empresa**



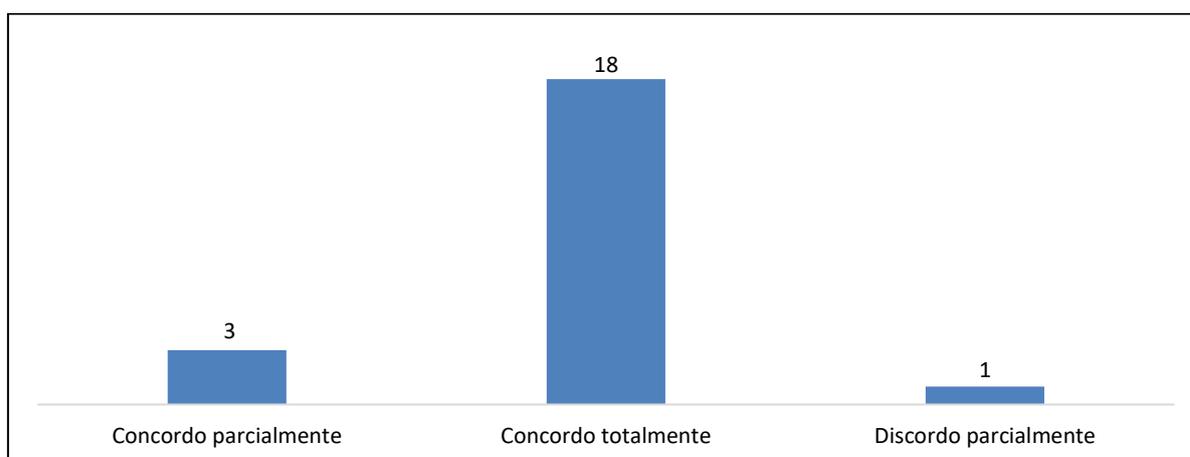
Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Houve 81,82% das respostas positivas, ou seja, 18 colaboradores afirmaram conhecer os projetos desenvolvidos pela empresa, sendo citados mais de dois projetos por colaborador, como doações de agasalhos, doações para o lar dos idosos, orfanatos, pegada ecológica, dia da família, voluntários, doações de sangue, Pé da Igualdade (inclusão de PcDs), PUCCC (Programa Usaflex de Capacitação Continuada ao Colaborador), TU (Talento Usaflex), Jovem Aprendiz, projetos ligados à sustentabilidade e impactos ambientais, Natal Solidário (campanha de recolhimento de roupas, material de limpeza pessoal, alimentos e, posteriormente, distribuição para entidades), ação social, classificação de resíduos e projeto diversidade. É evidente o grande número de colaboradores que possuem a consciência dos projetos desenvolvidos pela empresa, pois ela é transparente em todas as suas ações. Já o restante, 18,18%, corresponde a 4 colaboradores os quais responderam não conhecer as ações desenvolvidas pela empresa.

A ABNT NBR ISO 26000 (2010) ressalta que as dimensões de responsabilidade social de uma organização convêm o comprometimento e a compreensão de todos os níveis da organização. A formação de uma cultura de responsabilidade social pode levar um certo tempo, mas com perseverança e com um trabalho com base nos valores e culturas, torna-se essencial na organização.

### **Questão 8: Seu ambiente de trabalho é adaptado para sua atividade?**

**Gráfico 3 – Ambiente de trabalho adaptado à atividade**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

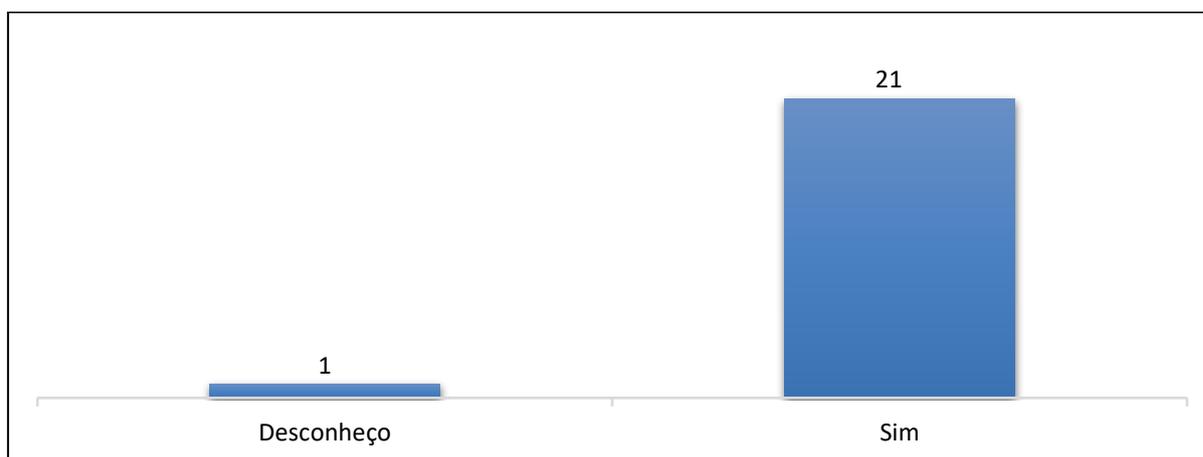
Um percentual de 82,82%, ou seja, 18 colaboradores responderam que concordavam totalmente que seu ambiente de trabalho é adaptado para sua atividade,

enquanto 13,64% concordaram parcialmente com este quesito, e apenas 4,54% das respostas discordaram parcialmente.

Para Melo Neto e Froes (1999), criar um ambiente agradável de trabalho, contribuindo para o seu bem-estar e motivando-os de forma que atinjam um ótimo desempenho, é um objetivo de responsabilidade social interna. Com esses objetivos, a empresa ganha a lealdade, a dedicação e o empenho de seu colaborador, que irá buscar retribuir em sua produtividade.

**Questão 9: Sua empresa oferece benefícios como: assistência médica, plano odontológico, bolsa de estudos, auxílio-creche? Se sim, aponte dois benefícios:**

**Gráfico 4 – Conhecimento dos benefícios oferecidos pela empresa**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

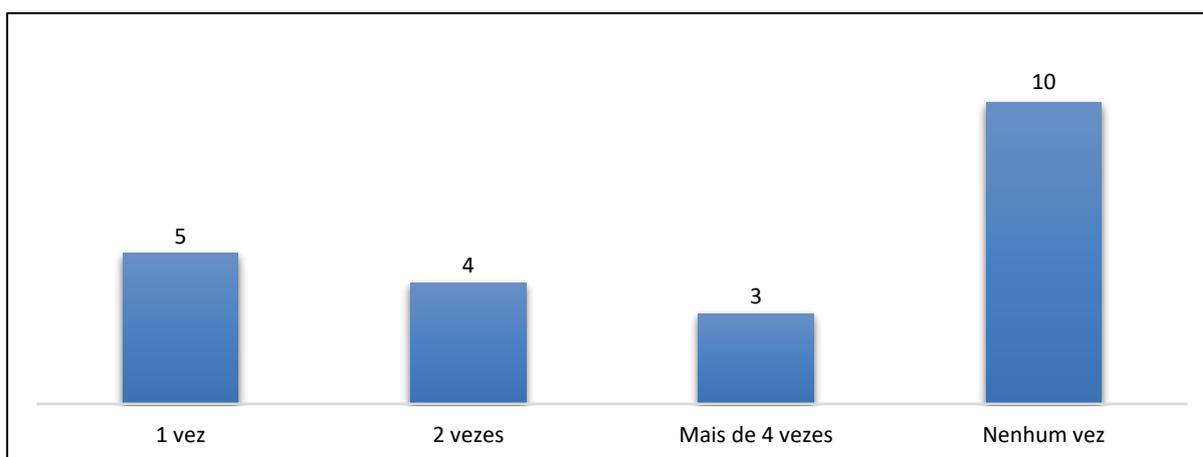
Houve 95,45%, ou seja, 21 colaboradores responderam que a empresa oferece benefícios, sendo citados os seguintes: Plano de saúde, nutricionista, auxílio-educação, cesta básica, auxílio em farmácia, projetos interdisciplinares relacionados à saúde do colaborador, Programa de Participação nos resultados, bolsa de estudo, salário-família. Apenas 4,55% respondeu desconhecer os benefícios oferecidos pela empresa.

Salienta-se que são ações de gestão interna de responsabilidade social que incluem os programas de contratação, treinamento, seleção e manutenção de pessoal oferecidos pela empresa para seus colaboradores, além de programas de benefícios voltados para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes. As principais ações desenvolvidas pela empresa são: investimento no bem estar dos colaboradores e seus dependentes (programas de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte);

investimentos na qualificação dos empregados (programas internos de treinamento e capacitação e programa de financiamento de cursos externos, regulares ou não, realizados por seus funcionários com vistas a sua maior qualificação profissional e à obtenção de escolaridade mínima) (MELO NETO; FROES, 1999).

**Questão 10: Neste tempo em que você está na empresa, quantas vezes teve troca de cargo?**

**Gráfico 5 – Alteração de cargo**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018)

Conforme Gráfico 5, encontrou-se o percentual de 45,45%, ou seja, 10 colaboradores responderam que não tiveram nenhuma alteração de cargo, talvez pelo fato de a amostra de pesquisa que respondeu ao questionário estar na empresa há menos de 4 anos. Enquanto 22,73% já tiveram pelo menos uma vez troca de cargo, 18,18% teve alteração pelo menos 2 vezes e 13,64%, mais de 4 vezes.

**Questão 11: Existe um plano de carreira definido na empresa?**

**Gráfico 6 – Conhecimento de plano de carreira oferecido pela empresa**



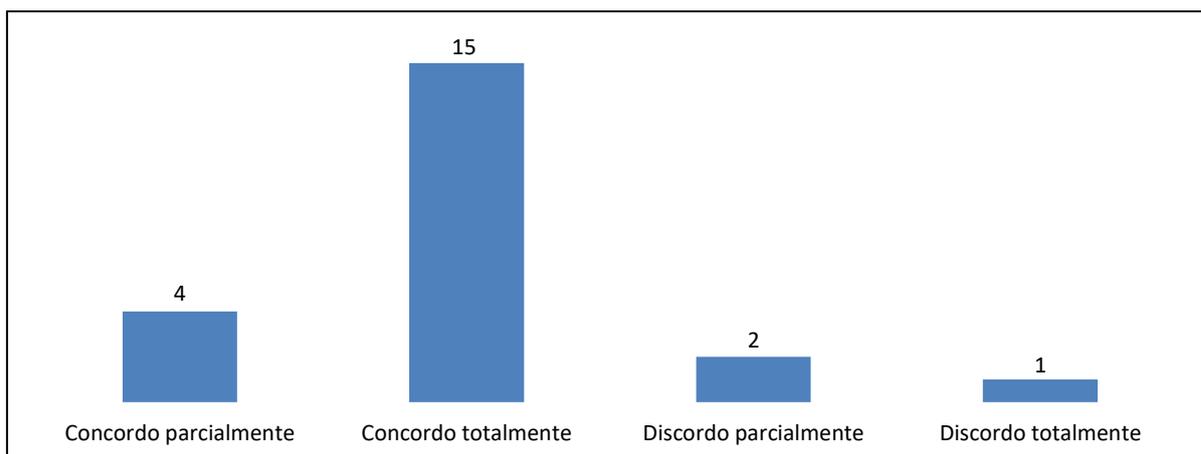
Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Houve 50%, ou seja, 11 colaboradores responderam que sim, a empresa possui plano de carreira, 36,36% responderam que desconhecem a existência de um plano de carreira e 16,64% responderam que a empresa não possui plano de carreira. A empresa possui o Programa TU (Talento Usaflex), que busca atender a todos os colaboradores da Usaflex, oportunizando uma promoção ou novas oportunidades caso haja novas vagas. (Usaflex, 2016). Com um plano de carreira, o colaborador se esforçará para ir além de desenvolver um excelente trabalho, irá à procura de qualificação, pois poderá ter oportunidades profissionais dentro da empresa.

Ramires (2010) afirma que, para superar a concorrência, muitas empresas estão buscando investir em seu quadro de funcionário. Através de um plano de carreira bem estruturado, proporcionam ao colaborador oportunidades, preparação e qualificação, tornando-o mais valorizado, refletindo na sobrevivência da empresa nos cenários atuais. Um plano de carreira bem planejado e estruturado para que seus colaboradores sintam-se aptos, seguros e motivados, repercutirá na produção e nos resultados positivos da empresa. O diferencial de uma empresa é ter sempre profissionais em busca de permanente qualificação.

**Questão 12: Você, junto com a empresa, participa de campanhas de auxílio à comunidade?**

**Gráfico 7 – Participação do colaborador nas ações sociais desenvolvidas pela empresa**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

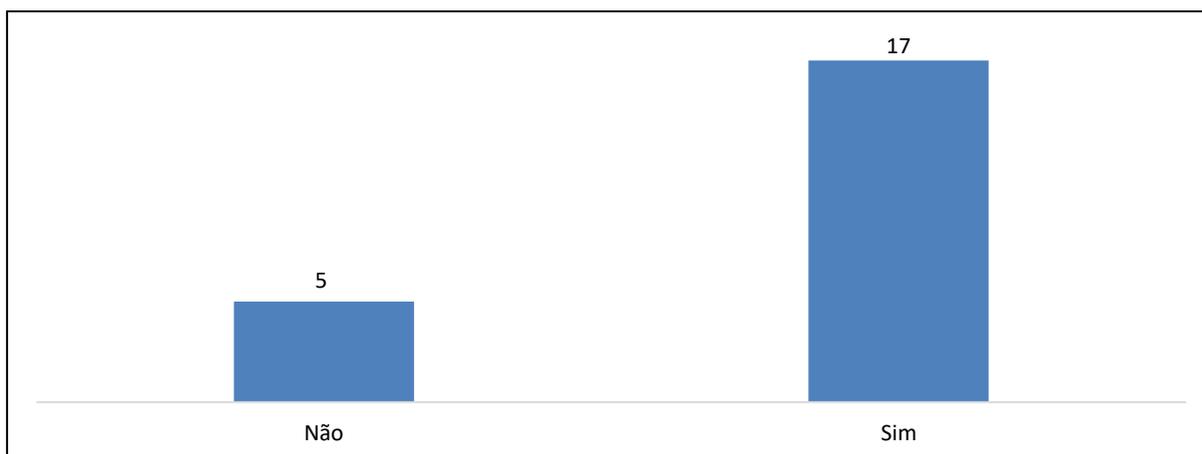
Cerca de 68,18%, ou seja, 15 colaboradores responderam que concordam totalmente em colaborar junto com a empresa em ações sociais, sendo visível que há apoio dos colaboradores nas ações sociais, isso significa uma união entre a empresa e seu público interno. 18,18%, ou seja, 4 colaboradores responderam que concordam parcialmente em participar.

A ABNT NBR ISO 26000 (2010, p. 86) reforça que “O engajamento eficaz das partes interessadas e sistemas *multi-partite* de governança e desenvolvimento são as principais características que distinguem algumas iniciativas de outras, reconhecendo-se que iniciativas desenvolvidas para um único setor ou tipo de organização podem ter estruturas de governança de uma única parte. Convém que seja avaliado se a iniciativa foi desenvolvida com a colaboração e envolvimento de organizações relacionadas e partes interessadas que sejam abrangidas por ela”.

Destaca-se, ainda, que 9,09% discordam parcialmente e 4,55% discordam totalmente, ou seja, não participam nas ações desenvolvidas pela empresa.

**Questão 13: Você participa de forma voluntária nas ações sociais que sua empresa realiza?**

**Gráfico 8 – Participação voluntária nas ações desenvolvidas pela empresa**



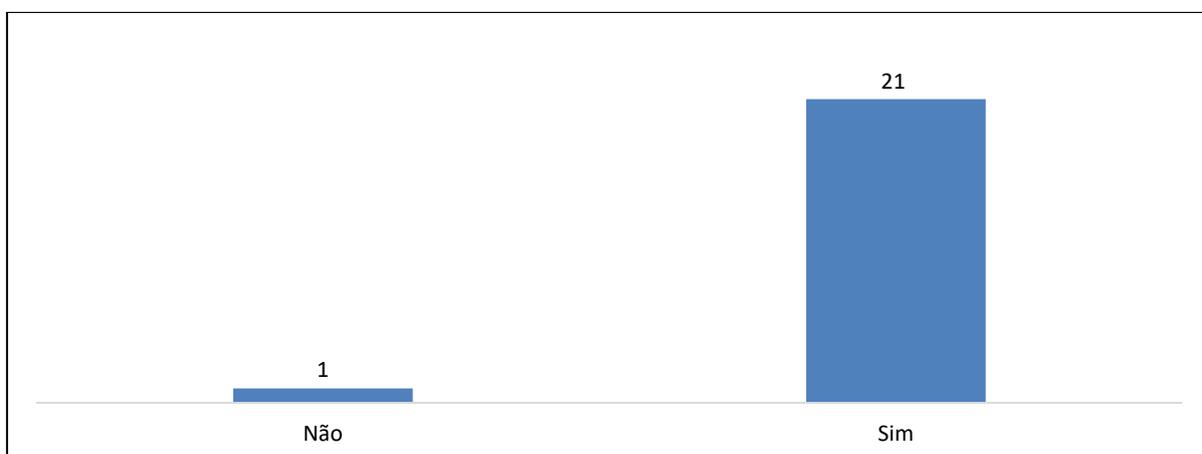
Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018)

Confirmaram que participavam de forma voluntária o percentual de 77,28%, ou seja, 17 colaboradores. A colaboração de forma voluntária é essencial para que a ação tenha eficácia.

O envolvimento em ações sociais dos funcionários, que normalmente são carentes de recursos, é fundamental no mundo dos negócios: criatividade, comunicação, capacidade de destinar recursos e trabalho em equipe. Será uma forma de contribuir para com a sociedade, trazendo algo que toda empresa responsável e moderna buscar proporcionar: satisfação pessoal e motivação verdadeira para o trabalho (ROSEMBURG, 2000).

**Questão 14: A sua empresa possui um relatório de divulgação das informações sociais? Se sim, aponte qual é o relatório e quais informações são divulgadas:**

#### Gráfico 9 – Conhecimento do relatório de informações sociais



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Houve um total de 95,45%, ou seja, 21 colaboradores afirmaram a existência de um relatório de informações sociais, sendo apontados os seguintes relatórios conhecidos pelos colaboradores: Relatório de sustentabilidade, Informaflex (Jornal interno), Pipicult (Informativo interno, que traz dicas de saúde, aniversariantes, comunicados internos, etc.).

Quanto às informações divulgadas pelo relatório, foram declaradas as seguintes: todas as ações desenvolvidas durante o ano anterior, informações referentes aos projetos da empresa, eventos realizados, indicadores sociais (social, ambiental, econômico e segurança), informações relacionadas a todos os comitês internos, projetos de responsabilidade social, indicadores econômicos, campanhas sociais, tecnologia em benefício do meio ambiente.

Apenas 4,54% afirmou não saber se a empresa possuía um relatório de informações sociais.

**Questão 15: Deixe registrado, de forma sucinta, o que você acredita que poderá impactar no futuro tanto interno e externo da empresa, com as ações de responsabilidade social que a Usaflex vem desenvolvendo.**

Alguns comentários dos respondentes da pesquisa a respeito dos impactos que a empresa poderá refletir no futuro tanto interno e externo da empresa:

“[...] internamente traz a interação dos funcionários e uma melhor qualidade de trabalho como um todo e, externamente, ela tenta atrair um futuro mais próspero e uma "sociedade" ao seu redor mais organizada, consciente e com planos para o futuro.” (Colaborador A)

“[...] acreditamos que podemos preservar o país, melhorando o pensamento e a atitude das pessoas com o próximo.” (Colaborador B)

“[...] resgate de valores como respeito ao próximo, ética, etc...” (Colaborador C)

“[...] acredito que os colaboradores da Usaflex se tornam pessoas melhores participando das ações, principalmente as de voluntariado.” (Colaborador D)

“[...] acredito que essas ações frente a colaboradores e sociedade em geral mostram o quanto a Usaflex preocupa-se com a responsabilidade social e, dessa forma, pode impactar positivamente, visando estratégias e trazendo resultados competitivos para a empresa. (Colaborador E)

“[...] ajuda no desenvolvimento dos funcionários dentro e fora da empresa, visando à qualidade de vida. (Colaborador F)

“[...] exemplo para outras empresas e mais evidência e evolução para a Usaflex. (Colaborador G)

“[...] o bom ambiente de trabalho e o clima organizacional a favor dos funcionários faz com que todos queiram ajudar e colaborar com as campanhas sociais. (Colaborador H)

“[...] É de grande importância as empresas demonstrarem esse trabalho de responsabilidade social e servir como exemplo a novas gerações. Trabalhar com ética, transparência e, principalmente, com humildade para ajudar o próximo é necessário para se ter um mundo melhor. (Colaborador I)

“[...] A empresa já é reconhecida pela forma ética com a qual conduz ações relacionadas à responsabilidade social, então acredito que o impacto poderá ser notado na forma com a qual os clientes se relacionam com a marca, já que ela possui propósitos claros, e o consumidor procura por empresas que se posicionem em favor da sociedade, agindo com ética e responsabilidade, nos dias atuais. (Colaborador J)

“[...] toda ação de responsabilidade social desenvolvida traz impactos, a empresa é considerada um bom lugar para se trabalhar, um ambiente que se preocupa com o todo, valoriza seus colaboradores. Acredito que o futuro vai depender de como as empresas tratarão as questões de responsabilidade social. Como vão se portar perante a sociedade onde está inserida. (Colaborador K)

“[...] interno é a gratidão do colaborador em permanecer na empresa, podendo ajudar o próximo de alguma forma, e também poder ser ajudado com os projetos beneficentes. Externo é a boa imagem que a empresa passa para outras entidades. (Colaborador L)

“[...] a empresa é atuante na sociedade, deixando sua contribuição para uma sociedade melhor. Assim, a imagem da empresa torna-se cada dia melhor e as pessoas querem trabalhar na empresa, por ela ser séria e responsável. Outro fator importante é na visão do consumidor que está atento às ações da empresa perante a sociedade. Além do que foi citado, a empresa consegue vários prêmios com sua atuação (ISO), tornando vantajoso para sua imagem. (Colaborador M).

Com as respostas obtidas pelos colaboradores, foi possível identificar que as ações praticadas pela empresa têm impactos positivos, assim esta torna-se uma empresa que valoriza e se preocupa com seu público interno e com sua imagem

perante aos seus colaboradores, tendo uma postura ética e responsável, construindo uma relação sólida entre empresa e sociedade.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através deste estudo foi possível apresentar os resultados de uma pesquisa que teve como objetivo identificar o nível de compreensão por parte dos colaboradores a respeito das ações sociais desenvolvidas pela Usaflex S/A ao público interno e externo da empresa.

Com a análise das questões, foi possível verificar a consciência por parte dos colaboradores a respeito das ações de responsabilidade social as quais a Usaflex, no ano de 2012, comprometeu-se a seguir através dos indicadores do GRI. A Usaflex está buscando tornar-se uma empresa socialmente correta, ou seja, que não entregará somente produtos com qualidade ao consumidor, mas se esforçará na promoção da qualidade de vida dos seus colaboradores, familiares e comunidade na qual está inserida.

Todas as ações que a empresa desenvolve, buscam focar em seus colaboradores, que são essenciais na empresa, além da força de trabalho, que é o capital intelectual da empresa, e, em conjunto com os colaboradores, são desempenhadas atividades para auxiliá-los na educação, saúde, preservação do meio ambiente e promoção social.

O problema da pesquisa buscou identificar se as práticas utilizadas pela empresa no quesito responsabilidade social eram divulgadas e conhecidas pelos seus colaboradores e público externo, no qual se obteve a resposta positiva, ou seja, os colaboradores possuem conhecimento das ações desenvolvidas pela empresa, porque essa busca divulgá-las internamente por meio de cartazes, revistas internas, redes sociais e no próprio site da empresa. A Usaflex também busca promover ações em que os colaboradores possam contribuir de forma voluntária para a comunidade na qual está inserida.

A partir dos dados analisados, foram atingidos os objetivos propostos na pesquisa, que mostraram que existe uma conscientização por um grande número de pesquisados a respeito das ações propostas pela empresa, e esses demonstraram orgulho em fazer parte da Usaflex e consciência de que as ações sociais

desenvolvidas não são apenas importantes para o desenvolvimento interno da empresa, mas estendem-se para o exterior dela.

Quanto às ações desenvolvidas ao interior da empresa, foram identificadas na pesquisa as ações, como exemplo a campanha do agasalho, que tem o intuito de encaminhar doações para colaboradores que possuam necessidades, e parte também é destinada ao CRAS (Centro de Referência em Assistência Social) existente no município (AMARAL, 2016).

Verificou-se a existência da utilização de um relatório de sustentabilidade (o GRI) e que os colaboradores possuem conhecimento desse relatório, que é divulgado anualmente na página da empresa. Também há divulgações internas das ações desenvolvidas pela instituição através do Informaflex (Jornal interno), murais (distribuídos pela empresa), Pipicult (Informativo interno) e redes sociais.

Identificou-se a participação dos colaboradores em conjunto com a empresa em ações sociais na comunidade local como, por exemplo: Natal Solidário, ação que propõe levar carinho e doações a lares de idosos da região, sendo que os colaboradores da empresa enviam cartões de Natal, realizam apresentações teatrais, leituras de contos e exibições de músicas natalinas (AMARAL, 2016).

A empresa possui um comitê para avaliação de cargos e salários, em que os funcionários com 6 meses de empresa já podem ser avaliados, sendo um exemplo de valorização o TU (Talentos Usaflex), que busca dar oportunidade aos colaboradores da empresa que possuem qualidades para uma atividade diferente da que exerce.

Para uma análise futura, sugere-se que seja realizada uma pesquisa que envolva os demais setores da empresa, tanto da matriz quanto das filiais, podendo enriquecer a análise e aprofundar o assunto em questão. Também sugere-se que poderia ser encorajada a participação de mais colaboradores nas ações sociais, através de uma corrente do bem. Cada colaborador que já participa das ações seria padrinho de um novo colega nas ações, e assim por diante. Seria uma forma de integrar de forma amigável, pois é possível que até tenha mais colaboradores que queiram participar, mas, às vezes, por falta de iniciativa ou até mesmo por vergonha, acabam deixando de participar.

Através do estudo, verificou-se que a responsabilidade social não pode ser uma ação filantrópica que tenha fim, e sim precisa ser uma forma de gestão exercida de modo consciente, trazendo inúmeros benefícios tanto para a empresa quanto para a comunidade.

Espera-se que o presente estudo auxilie em futuras pesquisas relacionados ao tema ou até mesmo de cunho social, e que possa servir de auxílio aos acadêmicos e profissionais que apreciem o tema ou tenham a intenção de produzir outros trabalhos e estudos acerca desta temática.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. ABNT. Norma Brasileira NBR - ISO 26000 - *Diretrizes sobre responsabilidade social*. Rio de Janeiro, 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. ABNT NBR ISO 14001. *Sistemas de gestão ambiental* — Requisitos com orientações para uso, 2015.

AMARAL, Potira Samara Santos do. *Responsabilidade Social Empresarial: Uma análise das ações sociais realizadas para a busca do desenvolvimento sustentável*. FACCAT. Taquara -RS, 2016. Disponível em: <[https://www2.faccat.br/portal/sites/default/files/amaral\\_schaefer\\_jung.pdf](https://www2.faccat.br/portal/sites/default/files/amaral_schaefer_jung.pdf)>. Acesso em: 05 ago. 2018.

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2003.

BALLEJO, Tatiana Campos. *Responsabilidade Social e Balanço Social*. UFRGS, Porto Alegre- RS, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/34992>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURSCHEIDT, Álvaro Aloísio. *Responsabilidade Social: Uma Questão de Sobrevivência para as empresas do Século XXI*. Taquara: FACCAT, 2002.

CARDOSO, Cleonice Coelho. *A responsabilidade social empresarial: Estudo de caso na FAFEN - Fábrica de fertilizantes nitrogenados de Sergipe*. 2009. 20 f. Artigo (Bacharelado em Administração com ênfase em Recursos Humanos) - Faculdade São Luís de França, Sergipe, 2009.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. *O Livro Verde: Fomentar um marco Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*. Bruxelas: 2001.

COUTINHO, Rhanica Evelise Toledo. *et al. Responsabilidade Social: Estudo de caso em uma empresa de tabaco*. XV Congresso Nacional de Excelência em Gestão. 2015. 21 f.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. *Demonstração da Responsabilidade Social*. Porto Alegre: 2009. Disponível em: <[http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro\\_resposocial.pdf](http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro_resposocial.pdf)>. Acesso em: 15 ago. 2018.

GIL, Antônio Carlos. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

\_\_\_\_\_. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE (GRI). *Diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade*. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

GUEDES, Emerson Flores. *Responsabilidade Social Empresarial e suas Práticas com o Público Interno - o caso do banco "x"*. Porto Alegre: UFRGS, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/29896>>. Acesso em: 9 ago. 2018.

IBASE – INSTITUTO BRASILEIRO E ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. *Sobre o IBASE*. Disponível em: <<http://ibase.br/pt/sobre-o-ibase/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

INSTITUTO ETHOS - EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/>>. Acesso em: 28 jul. 2018.

JONKER, Jan; WITTE, Marco (Orgs). *Modelos de Gestão para responsabilidade social corporativa*. Série Desenvolvimento Sustentável, v. 2. Curitiba: Ibepex, 2011.

KARKOTLI, Gilson. *Responsabilidade Social empresarial*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: A administração do terceiro setor*. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. *Administração*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

RAMIRES, Celestina Margarete Cabreira. *Plano de Carreira: Um estudo de caso em uma agencia do banco alpha*. Porto Alegre: UFRGS, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/72235>>. Acesso em: 9 ago. 2018.

ROSEMBURG, Cynthia. *O trabalho Compartilhado*. Guia exame de boa cidadania Corporativa. São Paulo: Abril, 2000.

SANTOS, Giovanna Nazareth Paiva dos. *Divulgação de Informações Ambientais e Sociais Através do Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade*. UFRGS. Porto Alegre: 2012.

\_\_\_\_\_. SANTOS, Leticia Goularte dos. *A evidenciação da responsabilidade social por empresas dos segmentos petroquímico e exploração ou refino de petróleo listadas na Bovespa*. Rio Grande, RS: FURG. 2009. 52 f.

\_\_\_\_\_. SANTOS, Simone Aparecida; ALVES, André Luis Centofante. *Responsabilidade social empresarial: Um estudo de aplicação dos indicadores ethos- O caso Natura*. UniFACEF. 2018. Acesso em 14 abr. 2018. Disponível em: [http://pos.unifacef.com.br/\\_livros/Vanguarda\\_Conhecimento/Artigos/Simone\\_Aparecida\\_Santos.pdf](http://pos.unifacef.com.br/_livros/Vanguarda_Conhecimento/Artigos/Simone_Aparecida_Santos.pdf)

SOBREIRA, Tássia Bastos; GALVÃO, Reny Aparecida; SOUZA, Maria Tereza Saraiva de. *Implementação de um programa de responsabilidade social empresarial: Um estudo de caso em uma pequena empresa industrial*. São Paulo, SP: Revista Metropolitana de Sustentabilidade. 2015. 59 f.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. ROBLES, Léo Tadeu. *A contabilidade da gestão ambiental e sua dimensão para a transparência empresarial: estudo de caso de quatro empresas brasileiras com atuação global*. Rio de Janeiro: 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n6/08.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2018.

USAFLEX. *Relatório de Sustentabilidade 2013 – Usaflex S/A*. Disponível em: <[http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade\\_2013.pdf](http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade_2013.pdf)>. Acesso em: 28 jul.2018.

\_\_\_\_\_. *Relatório de Sustentabilidade 2014 – Usaflex S/A*. Disponível em: <[http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade\\_2014.pdf](http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade_2014.pdf)>. Acesso em: 28 jul.2018.

\_\_\_\_\_. *Relatório de Sustentabilidade 2015 – Usaflex S/A*. Disponível em: <[http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade\\_2015.pdf](http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade_2015.pdf)>. Acesso em: 28 jul.2018.

\_\_\_\_\_. *Relatório de Sustentabilidade 2016 – Usaflex S/A*. Disponível em: <[http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade\\_2016.pdf](http://usaflex.com.br/wp-content/uploads/2017/08/sustentabilidade_2016.pdf)>. Acesso em: 28 jul.2018.

VALLAEYS, François; CRUZ, Cristina de la; SASIA, Pedro M. *Responsabilidad social universitaria: Manual de primeros pasos*. México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. 2009. Disponível em: <<https://www2.faccat.br/portal/sites/default/files/Manual%20BID%20Responsabilidad%20social%20universitaria.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

WILLMERSDORF, Patrícia Brito. *Empresas Calçadistas do Vale Paranhana frente às dimensões da Responsabilidade Social*. FACCAT. Taquara, 2000.