

## ESTUDO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO SETOR DE SERVIÇOS DA CIDADE DE JOÃO MONLEVADÉ-MG

Breno Eustáquio da Silva<sup>1</sup>  
Ronan Henrique Menezes Rocha<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente artigo levantou as práticas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) no setor de prestação de serviços na cidade de João Monlevade-MG. As práticas de RSC são fundamentais para o processo de gestão, pois os recursos humanos dessas organizações, bem como os núcleos familiares desses colaboradores, acabam sendo os mais beneficiados. Com este estudo, pretendeu-se investigar a seguinte problemática: as empresas do setor de serviços de João Monlevade praticam ações de Responsabilidade Social Corporativa? O objetivo geral foi analisar se as empresas do setor de serviços de João Monlevade praticam ações de RSC da forma como teoria e prática exigem. Ao se aplicar uma pesquisa descritiva, com abordagens qualitativa e quantitativa, chegou-se à conclusão de que as práticas de RSC são irrisórias no setor pesquisado, sendo necessário promover ações que possam garantir que essa técnica de gestão seja implementada a fim de trazer mais benefícios tanto para as empresas quanto para a sociedade.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social corporativa. Administração de serviços. Organizações.

### 1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Corporativa é um dos fatores mais importantes na Gestão de Negócios. Isso porque a empresa não é um sistema fechado e suas atitudes refletem positiva ou negativamente em sua área de atuação. Este trabalho procurou levantar se as empresas do setor de serviços de João Monlevade praticam ações de RSC da forma como teoria e prática exigem. Tal diagnóstico se faz necessário pelo fato de este ser o setor econômico mais expressivo da cidade, que possui, segundo a Associação Comercial Industrial, Agropecuária e de Serviços de João Monlevade (ACIMON), pouco mais de 2 mil empresas. Assim sendo, o empresário desse setor tem o dever ético de devolver, em forma de

---

<sup>1</sup> Mestre em Administração pela Fundação Pedro Leopoldo. Especialista em Gestão Organizacional pelo Instituto de Ensino Superior de João Monlevade (IES/FUNCEC), e em Criação e Produção em Mídia Eletrônica - Rádio e TV pelo (UNI-BH). Atualmente é professor de graduação e pós-graduação e coordenador de Pesquisa da Faculdade Doctum de João Monlevade (Rede Doctum de Ensino) e professor bolsista (orientador de TCCs de pós-graduação) da Universidade Federal de Ouro Preto na Escola de Gestores da Educação Básica. (<http://lattes.cnpq.br/0779803003894798>). E-mail: [brenomonlevade@gmail.com](mailto:brenomonlevade@gmail.com).

<sup>2</sup>Graduando em Administração na Rede Doctum de Ensino de João Monlevade. (<http://lattes.cnpq.br/3394489033880563>). E-mail: [ronanhenrique@yahoo.com.br](mailto:ronanhenrique@yahoo.com.br).

benefícios, como educação, cultura e saneamento básico, aquilo que explora economicamente da sociedade em que está inserido.

O estudo da Administração de Serviços mostra que as práticas de RSC são fundamentais para o processo de gestão, pois os recursos humanos dessas organizações, bem como os núcleos familiares desses colaboradores, acabam sendo os mais beneficiados com ações dessa espécie. De certa forma, organizações que praticam a RSC possuem empregados mais satisfeitos, que produzem mais, além de despertar, tanto nos colaboradores como no empresariado, o espírito de solidariedade (VITORINO, 2010). Empresas, socialmente responsáveis, também contribuem com a construção de uma sociedade mais justa.

A partir dos pontos aqui expostos, este artigo baseou-se na seguinte problemática: as empresas do setor de serviços de João Monlevade praticam ações de Responsabilidade Social Corporativa?

O objetivo geral foi analisar se as empresas do setor de serviços de João Monlevade praticam ações de Responsabilidade Social Corporativa.

Já os objetivos específicos foram: a) observar se há práticas de RSC sob a perspectiva teórica; b) verificar a sua aplicação nas empresas de João Monlevade; c) sugerir a adoção de práticas de RSC no setor pesquisado e; d) propor melhorias para a gestão e ampliação das práticas de forma a beneficiar a sociedade e as organizações envolvidas.

Para a realização deste estudo, foi aplicada uma pesquisa descritiva, com abordagens qualitativa e quantitativa, com estudo de caso.

Este artigo se justifica pela relevância que o tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem para a sociedade. Com a ineficiência do Estado em promover ações básicas, sejam nas áreas de saúde, educação, segurança, entre outras, cabe à sociedade se auto-organizar para suprir essas deficiências. O advento do Estado mínimo (neoliberal) agrava as condições de sobrevivência da população, restando à iniciativa privada ajudar a proporcionar uma melhor qualidade de vida aos cidadãos.

Na cidade de João Monlevade, nunca houve um estudo nesse sentido. Por isso é importante analisar e implementar ações de RSC na cidade, pois elas beneficiariam, social e ambientalmente, mais pessoas e entidades se trabalhadas de forma sistemática.

A originalidade do artigo para o desenvolvimento científico e tecnológico reside no fato de que ainda são escassos os estudos de Responsabilidade Social Corporativa no meio acadêmico, que ainda se volta, na maioria das vezes, para questões de estratégia, finanças, marketing e competitividade. A realização desta pesquisa contribui para a compreensão da

teoria da Administração de Serviços no que tange à RSC, bem como proporciona um olhar diferenciado para uma realidade ainda distante das visões acadêmicas: os contextos de municípios do interior de Minas Gerais e do porte de João Monlevade, que conta hoje com orçamento municipal da ordem de R\$185 milhões (ÚLTIMA NOTÍCIA, 2015), 78.583 habitantes (IBGE, 2016), estando localizado na região do Médio Rio Piracicaba, por onde passam 25% do Produto Interno Bruto do estado de Minas Gerais (DEFATO ON LINE, 2009).

Este trabalho foi organizado da seguinte maneira: após a introdução, é apresentado o referencial teórico com os principais conceitos de Responsabilidade Social Corporativa. O trabalho segue com a caracterização do setor pesquisado, quando são apresentados dados relativos ao setor de serviços na cidade de João Monlevade-MG, objeto deste estudo. A pesquisa e análise de dados dão sequência ao trabalho, precedido de suas conclusões.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A responsabilidade social nas organizações pode ser definida como a “[...] decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce” (MELO NETO; FRÓES, 1999, p. 102).

É um quadro em que empresas não são mais apenas objetos de exploração e visão do lucro. Há partes interessadas que necessitam de atenção das organizações, principalmente a sociedade.

Já se foi o tempo em que o lucro era apenas resultado da gestão voltada apenas para os olhos das empresas. A comunidade na qual uma organização está inserida apresenta necessidades que, se não atendidas, impactam violentamente no lucro, objeto de toda e qualquer entidade comercial na era capitalista (VITORINO, 2010).

Baldo e Manzanete (2003) relatam, que, contudo, para ser socialmente responsável não basta contribuir para o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente. É preciso mais. Segundo eles, é necessário voltar a atenção para o bem-estar dos funcionários e dependentes, proporcionando um ambiente de trabalho saudável, comunicações transparentes, retorno aos acionistas, sinergia com parceiros, além de garantir a satisfação dos clientes e/ou consumidores. Sobre este aspecto, Baldo e Manzanete (2003, p. 3) destacam que:

Há cada vez mais a necessidade de demonstrar à sociedade que não se progride sem a pureza do ar, a preservação das florestas e a dignidade da população. Várias empresas no Brasil desenvolvem, há vários anos, nos mais diferentes campos, projetos socioculturais: educação, meio ambiente, crianças de rua, geração de renda, cinema, teatro, música, literatura, patrimônio, artes plásticas, entre outros.

Com isso, assiste-se à substituição do 1º setor (composto pelo Estado) pela formatação de uma nova estrutura em que a participação do 2º setor (ordem econômica do mercado) é extremamente importante.

Às empresas são atribuídos papéis de agentes da promoção do bem-estar e do desenvolvimento, mas isso não se dá de forma gratuita. O viés da Responsabilidade Social Corporativa entra em sintonia com as ferramentas tradicionais de gestão, sendo incorporadas com ações de marketing que, segundo Melo Neto e Fróes (1999, p. 96), revertem-se em:

- a) ganhos de imagem corporativa;
- b) popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;
- c) maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- d) melhor relacionamento com o governo;
- e) maior disposição dos fornecedores, distribuidores e representantes em realizar parcerias com a empresa;
- f) maiores vantagens competitivas (marca mais forte e mais conhecida, produtos mais conhecidos);
- g) maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidades de conquista de novos clientes.

É importante destacar que Baldo e Manzanete (2003, p. 6-7) apresentam os 7 vetores das empresas socialmente responsáveis, que “[...] direcionam o processo de gestão empresarial para o fortalecimento da dimensão social da empresa”. São eles:

- V1 – apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- V2 – preservação do meio ambiente;
- V3 – investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável;
- V4 – comunicações transparentes;
- V5 – retorno aos acionistas;

V6 – sinergia com os parceiros;

V7 – satisfação dos clientes e/ou consumidores.

## 2.1 Cidadania Corporativa

Dimensões éticas e práticas constituem o que é conhecido como cidadania corporativa, que traça o relacionamento entre empresa e sociedade, num conjunto de ações benéficas para ambas as partes. Mcintosh e outros (2001) enumeram as preocupações básicas dessas relações.

A primeira delas é evitar riscos e proteger a reputação das empresas. Em seguida, vem a preocupação em assegurar o futuro, diante da emergência de ações em prol da preservação da vida no planeta. O desenvolvimento de competências aumentadas em negócios é um tópico bem extenso. Ele se dá através da:

- a) Gestão da diversidade e da complexidade de uma economia global;
- b) Estabilização do relacionamento entre os negócios e a sociedade;
- c) Criação de parcerias que atravessam fronteiras;
- d) Abordagem integrada e consistente à estratégia corporativa;
- e) Aplicação de novas medidas e divulgação do progresso no alcance de objetivos (MCINTOSH *et al.*, 2001).

Também, com igual importância, Mcintosh e outros (2001) citam, como itens da cidadania corporativa, a execução de coisas certas e o reflexo na crença de que as organizações devem expressar, nos negócios, aquilo que é bom para a humanidade, além de as empresas serem um lugar agradável para se trabalhar.

Tão necessário quanto cumprir os aspectos anteriormente citados, é viável conceber a cidadania corporativa como um relacionamento mutuamente reforçado entre indivíduos e comunidades em interação com as corporações. Ressaltam Mcintosh e outros (2001) que aos indivíduos cabe cumprir seus papéis enquanto cidadãos e, às corporações, fornecer ferramentas possíveis para que a promoção da cidadania seja reforçada.

Destacam Mcintosh e outros (2001, p. XVIII):

Podemos pensar na cidadania corporativa como formando um continuum, que se estende desde a cidadania “mínima” em um extremo (consistindo em cumprimento das leis que governam a operação da empresa, e nada mais), até um complexo relacionamento de direitos e responsabilidades interligados no outro extremo (entre uma corporação e suas comunidades, que se tornou parte integral do funcionamento da empresa). Estaremos sugerindo que as empresas bem-sucedidas do futuro provavelmente serão aquelas que descobrirem como fazer uso total deste relacionamento como parte normal da condução de seus negócios e assim se movimentarão ao longo do continuum em direção à cidadania plena.

O que pode ser entendido aqui é que “[...] é possível ser um cidadão corporativo através do simples cumprimento da legislação, mas cidadania plena significa que a cidadania corporativa precisa se tornar uma prioridade estratégica” (MCINTOSH *et al*, 2001, p. XVIII).

Não importa se é uma grande empresa fabril, uma escola local, uma instituição de caridade nacional ou uma pequena loja de família - todas as organizações possuem responsabilidades sociais que as tornam cidadãs corporativas, responsáveis ou não.

## 2.2 Interesse em Responsabilidade Social

O interesse pelo tema Responsabilidade Social Corporativa tem crescido ano após ano. E, de acordo com Mcintosh e outros (2001), o governo exerce um papel de juiz ao estabelecer normas às organizações. A mídia também tem exercido, segundo Mcintosh e outros (2001), uma função fundamental pelo fato de diversos meios de comunicação colocarem a cidadania corporativa no topo do seu trabalho, alertando ao público sobre a importância da responsabilidade social.

Mcintosh e outros (2001, p. 46) elencam os assuntos que, segundo eles, aumentaram a consciência pública pela cidadania corporativa:

- a) A ganância dos executivos, na forma de opções de compra de ações e remuneração;
- b) A corrupção e a fraude, representadas por alguns proprietários e executivos famosos, roubando de empresas e funcionários;
- c) A degradação ambiental causada por algumas práticas industriais;
- d) Os abusos de direitos humanos, como a utilização proposital do trabalho infantil ou de presidiários na fabricação de roupas, sapatos e artigos esportivos;
- e) O comércio justo, com alguns consumidores tornando-se incrivelmente conscientes das injustiças dos atuais padrões do comércio global;

- f) O *empowerment* dos interessados, à medida que os acionistas demandam mais informações e controle sobre os conselhos de administração e os clientes não se contentam em simplesmente aceitar as informações da empresa como sendo precisas ou honestas;
- g) A segurança e a rotulagem dos produtos, pelo fato de serem apressadamente retirados, devido a erros de fabricação, e dos clientes demandarem mais e melhor rotulagem nos produtos, como modificações genéticas, irradiação, toxinas e adulteração em alimentos. Em muitos países, mais particularmente nos EUA, tem havido um crescente risco de responsabilidade legal e litígio.

### 3 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR PESQUISADO

João Monlevade é um município da microrregião do Médio Rio Piracicaba, localizado a 110 km a leste da capital mineira, Belo Horizonte. Segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), tem uma população de 78.040 pessoas.

A sua principal atividade econômica é o setor de serviços - objeto de análise deste artigo. Segundo dados do próprio IBGE (2015), o Produto Interno Bruto [PIB] do município, apurado em 2012, foi de R\$1.411.106.000,00, sendo que R\$801.928.000,00 (56,82%) foram produzidos por meio dos serviços. O setor industrial é o segundo mais importante da cidade, com PIB de R\$608.345.000,00. O setor agropecuário produziu, em 2012, segundo o IBGE, apenas R\$833.000,00. Esse baixo desempenho no setor agrícola se explica pelo fato de João Monlevade possuir área agrícola irrisória.

Até meados dos anos 1960, João Monlevade tinha como principal atividade econômica o setor industrial, por possuir uma planta da ArcelorMittal Aços Longos (antiga Belgo-Mineira), produtora de aços usados para a confecção de vários produtos, como *steel Cord* (cordoalha de aço para pneus). Mas, após sua emancipação político-administrativa, em 1964, a cidade começou a se desenvolver, e o setor de serviços passou a ter importância salutar tanto na economia local como na regional, pois João Monlevade é considerada cidade polo comercial, educacional e de saúde, entre outros serviços, num universo de 17 cidades que, juntas, aglomeram quase meio milhão de habitantes (IBGE, 2015).

Por esse motivo, pesquisar e entender a dinâmica do setor de serviços é essencial para a economia monlevadense, uma vez que a cidade tem vários desafios a vencer. Um deles é a pobreza. Segundo estimativa do IBGE (2015), o índice de pobreza do município atinge 23,68% da população, ou seja, reverter esse quadro implica diretamente em ações de

responsabilidade social corporativa do setor de serviços, já que, economicamente, esse é o mais expressivo em termos de produção de riquezas.

Nenhum órgão oficial do município tem ao certo o número de empresas ligadas ao setor de serviços. No entanto, sabe-se que a cidade conta com 2.383 empresas atuantes, que empregam 21.103 pessoas, de acordo com o IBGE (2015). A média salarial da cidade é de 2,4 salários mínimos, que, em números absolutos do ano de 2015, dá R\$1.872,00, ou seja, o poder aquisitivo dos assalariados é baixo se comparado à realidade dos grandes centros econômicos, como a própria capital Belo Horizonte, que tem média salarial de R\$4.647,73 (IBGE, 2015).

Esses números revelam a necessidade de investimentos em políticas públicas que melhorem a renda da população ou mesmo a qualidade de vida dos monlevadenses, o que pode ser feito através de políticas de responsabilidade social corporativa por parte do setor privado.

#### 4 METODOLOGIA

Quanto aos fins, a pesquisa foi descritiva - aquela que descreve o comportamento dos fenômenos para identificar e obter informações sobre as características de um determinado problema ou questão (COLLIS; HUSSEY, 2005).

Gil (2006) explica que pesquisas descritivas têm por objetivo levantar opiniões, atitudes ou crenças de uma população. Já Marconi e Lakatos (2004) afirmam que esse tipo de pesquisa aborda quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais.

Em relação aos meios, a pesquisa foi desenvolvida através de um estudo de caso com abordagens qualitativa e quantitativa, sendo utilizado o software Microsoft Excel 2007 para tratamento dos dados. O caso analisado trata-se do setor de serviços da cidade de João Monlevade - município mineiro de pequeno porte já retratado na caracterização do setor pesquisado [ver seção 3].

Yin (2010) apud Silva (2012) relata que um estudo de caso é usado em muitas situações como instrumento para a compreensão de fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados. Constitui-se como uma investigação empírica em que um fenômeno contemporâneo é visto em profundidade e em seu contexto de vida real (YIN, 2010).



Um estudo de caso preserva o caráter unitário do objeto estudado; descreve a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; formula hipóteses ou desenvolve teorias; e explica as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos (YIN, 2010).

Já o uso da abordagem quantitativa se justifica pela necessidade da adoção de uma abordagem múltipla de análise de dados bem característica da ciência da Administração, já que, para se alcançar o entendimento desejado, seria necessário lançar mão de recursos estatísticos e de levantamentos visando responder à problemática inicial. Sobre o recurso metodológico qualitativo-quantitativo, Gomes e Araújo (2005, p. 10) destacam:

A administração é uma das áreas científicas que apresenta um dos mais elevados níveis de multidisciplinaridade. Essa pluralidade científica da administração permeia áreas quantitativas (matemática, estatística, contabilidade, economia) e áreas qualitativas (filosofia, sociologia, psicologia). Assim, fica muito clara a complexidade dessa matéria, bem como a necessidade de empregar métodos investigativos mais apropriados. Em razão da natureza complexa da administração, que envolve variáveis múltiplas, parece inadequado o uso de metodologias que se baseiam, tão somente, em um paradigma metodológico. É preciso reconhecer que o objeto de estudo da administração é de difícil entendimento, e, por isso, necessita de uma metodologia que englobe os mais variados aspectos.

Para a adoção do método quantitativo, os pesquisadores aplicaram a fórmula para dimensionamento da amostra de população finita:

$$n = \frac{\delta^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + \delta^2 \cdot p \cdot q} \quad (1)$$

onde:

N = universo

N = amostra que será calculada

$\delta$  = nível de confiança

E = erro amostral

p.q = porcentagem pela qual o fenômeno ocorre

Após os cálculos feitos, chegou-se ao número aproximado de 221 questionários estruturados, para uma população finita estimada em 2,3 mil empresas do setor de serviços da

cidade de João Monlevade, segundo dados da Associação Comercial, Industrial, Agropecuária e de Serviços da cidade. Os questionários foram formulados nos moldes da Escala de Likert, com utilização de 5 variáveis para a maioria das perguntas (discordo totalmente, discordo, não concordo nem discordo, concordo e concordo totalmente). Outras variáveis também foram usadas, conforme o tipo de pergunta feita. A aplicação dirigida se deu através de levantamento “Survey”, a partir da utilização de questionários impressos sempre respondidos por gestores das organizações visitadas. O intervalo de confiança é de 95% e a margem de erro é de 6,4 pontos percentuais para mais ou para menos, segundo cálculos da Tabela de Dimensionamento da Amostra, elaborada em 2012 pelo professor Dr. Tarcísio Afonso, da disciplina Processos Quantitativos do Mestrado Profissional em Administração da Fundação Pedro Leopoldo (MG). Os pesquisadores aplicaram os questionários presencialmente, até que o número mínimo de 221 formulários fosse atingido, entre os meses de janeiro e março de 2015. O questionário de autoria dos pesquisadores foi elaborado tendo como base os vetores de RSC, de acordo com Baldo e Manzanete (2003).

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para análise de dados, 100% das empresas pesquisadas foram do setor de serviços. A maioria delas (92%) possui de 1 a 20 funcionários, o que caracteriza que o setor de serviços da cidade é composto basicamente por microempresas.

A maior parte dos gestores (57%) disse saber o que é Responsabilidade Social Corporativa (RSC), mas a pesquisa revela que esse ‘saber’ não quer dizer, na prática, adoção de ações que, de fato, se traduzam em RSC. Isso fica evidente quando foi perguntado aos entrevistados se consideram a empresa onde trabalham socialmente responsável: 90% disseram que sim, enquanto 10% responderam que não, ou seja, eles assumem ter consciência de que as empresas são socialmente responsáveis sem, de fato, serem, pois não cumprem requisitos práticos e teóricos básicos, como será visto mais adiante.

Sobre a afirmativa a seguir: "minha empresa apoia o desenvolvimento da comunidade onde ela atua", foram apresentados os seguintes resultados, conforme a TAB. 1:

Tabela 1- Variável “apoio ao desenvolvimento da comunidade” aplicada às empresas

<b>Discordo totalmente</b>	1	0%
<b>Discordo</b>	16	7%
<b>Nem concordo nem discordo</b>	40	18%
<b>Concordo</b>	105	27%
<b>Concordo totalmente</b>	59	48%
<b>Total</b>	221	100%

Fonte: Dos autores (2015).

Os dados da TAB. 1 mostram que os gestores das empresas do setor de serviços da cidade de João Monlevade estão convictos de que apoiam o desenvolvimento da comunidade, mas, no entanto, esse apoio se restringe à existência da empresa pelos “benefícios” econômicos proporcionados pela atividade empresarial. No entanto, quase não há registros de ações que, de fato, promovam o desenvolvimento local do ponto de vista da RSC. O mesmo equívoco surge quando os gestores são questionados sobre a preservação ambiental, como pode ser visto na TAB. 2.

Tabela 2 - Variável "preservação do meio ambiente" aplicada às empresas

<b>Discordo totalmente</b>	1	0%
<b>Discordo</b>	6	3%
<b>Nem concordo nem discordo</b>	32	14%
<b>Concordo</b>	121	55%
<b>Concordo totalmente</b>	61	28%
<b>Total</b>	221	100%

Fonte: Dos autores (2015).

A afirmação de que a empresa preserva o meio ambiente é maioria entre as organizações pesquisadas. Porém, em apenas uma delas, numa marmoraria, foi registrada ação de reaproveitamento de água no processo de produção. Em outras poucas, houve apenas a declaração dos gestores de que o lixo gerado é devidamente separado para a coleta seletiva.

O bem-estar dos funcionários também foi objeto de análise quando se perguntou aos entrevistados se a empresa “investe no bem-estar dos empregados e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável”. A TAB. 3 elenca os valores encontrados:

Tabela 3 - Variável "investimento no bem-estar dos empregados e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável" aplicada às empresas

<b>Discordo totalmente</b>	6	3%
<b>Discordo</b>	4	2%
<b>Nem concordo nem discordo</b>	6	3%
<b>Concordo</b>	114	51%
<b>Concordo totalmente</b>	91	41%
<b>Total</b>	221	100%

Fonte: Dos autores (2015).

Noventa e dois por cento dos entrevistados estão convictos de que sua organização investe no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável. Porém, durante a coleta de dados, os pesquisadores conversaram com vários funcionários de quase todas as organizações, e eles reclamaram das condições de trabalho, como jornada extra sem o devido pagamento; da falta de fornecimento de lanche; instalações sanitárias pouco ou nada adequadas; o não fornecimento de plano de saúde para os empregados, bem como vale-refeição, vale-transporte em quantidade adequada para os deslocamentos casa-trabalho e ajuda de custo para estudo tanto dos empregados quanto de seus dependentes.

A respeito das comunicações transparentes, outro critério importante da RSC, 99% dos gestores das organizações entrevistadas afirmaram praticá-la. No entanto, essa comunicação, se existe, é feita apenas na forma boca a boca, pois os pesquisadores não observaram, nas empresas visitadas, quadros de gestão à vista, quadros de avisos ou outras ações que realmente demonstrem comunicações transparentes.

No aspecto “retorno aos acionistas”, pelo fato de as empresas de João Monlevade serem de sociedade limitada ou microempresa, a análise foi feita tendo por base os sócios e as partes interessadas. Percebe-se que, embora a maioria considere dar retorno aos sócios e *stakeholders*, 15% manifestaram-se pela neutralidade de opinião e outros 13% discordaram de tal fato.

A sinergia com parceiros é uma importante ferramenta gerencial no quesito RSC. Se aplicada corretamente, a empresa poderá promover ações de responsabilidade de maneira integrada, o que significará redução expressiva dos custos de implementação de políticas de RSC. Metade dos entrevistados afirma que promove sinergia com parceiros, mas dada a pouca

ocorrência de práticas de RSC, esse ponto torna-se questionável, pois a forma como a sinergia vem sendo trabalhada não tem sido aplicada como a Administração de Serviços sugere.

Outro ponto analisado foi se a empresa promove periodicamente pesquisas de satisfação de clientes e/ou consumidores. Metade dos entrevistados disse realizar periodicamente pesquisas de satisfação de seus clientes. Da outra metade, 22% não concordaram ou discordaram, e 28% assumiram não fazer qualquer consulta a seus clientes para saber qual o nível de satisfação deles.

Quando perguntados se "todas as organizações possuem responsabilidades sociais que as tornam cidadãs corporativas, responsáveis ou não", mais uma vez a maioria dos entrevistados demonstrou ter um nível significativo de consciência sobre a RSC ao concordarem com tal fato. Porém, 22% não concordam nem discordam dessa afirmativa, enquanto 28% discordam.

No quesito "é muito importante que minha empresa respeite as leis trabalhistas", 98% dos entrevistados concordam ser muito importante respeitar as leis, mas os empregados de algumas dessas organizações denunciaram que seus patrões não cumprem o que determina a lei. Isso, além de ir contra um dos vetores da RSC, provoca desmotivação.

Foi perguntado, ainda, aos entrevistados "quem tem o papel de fomentar o bem-estar social?". A TAB. 4 reproduz o cenário encontrado:

Tabela 4 - Variável "quem tem o papel de fomentar o bem-estar social" aplicada às empresas

<b>O Estado, unicamente</b>	32	15%
<b>O Estado e as ONGs</b>	14	6%
<b>O Estado, as ONGs e as empresas</b>	174	79%
<b>Nenhuma dessas entidades</b>	1	0%
<b>Total</b>	221	100%

Fonte: Dos autores (2015).

Pelos dados, é possível perceber que a maioria dos entrevistados (79%) concorda que o papel de promover o bem-estar social é do Estado, das ONGs e das empresas, revelando, mais uma vez, o considerável nível de consciência dos gestores sobre a importância da RSC, sem, no entanto, que ela seja efetivamente aplicada no município de João Monlevade. Isso é possível de ser notado também quando se analisa a questão das certificações.

A maior parte dos entrevistados (86%) afirma que suas empresas não têm ou não pretendem possuir certificações internacionais direta ou indiretamente ligadas a ações de RSC. Apenas 14% manifestaram essa intenção; mesmo assim, 11% citam a ISO 9001 - uma série internacional de normas ligadas à gestão da qualidade. As séries 26000 e BS8800 são as que tratam, respectivamente, da Responsabilidade Social e da Preservação Ambiental.

### 5.1 Outras constatações da pesquisa

a) A maioria dos entrevistados (57%) afirma que sua empresa já promoveu alguma ação social na comunidade local. No entanto, durante a pesquisa, não foram encontrados registros das ações relatadas.

b) No quesito “média salarial”, 54% dos gestores das empresas acham justa ou satisfatória a quantia paga em João Monlevade. O destaque fica com os 32% que assumem pagar menos que a média, o que é um fator preocupante, uma vez que a oferta de remuneração justa é um dos vetores da RSC.

c) Por fim, foi solicitado a cada um dos entrevistados que marcassem, conforme a TAB. 5, quais dos problemas apresentados que, na visão deles, podem ser solucionados com o aumento do interesse pela cidadania corporativa. Eles poderiam marcar quantos problemas quisessem. O resultado foi o seguinte:

Tabela 5 - Variável “problemas que podem ser resolvidos com aumento do interesse pela cidadania corporativa” aplicada às empresas

A ganância dos executivos, na forma de opções de compras de ações e remuneração.	156
A corrupção e a fraude, representadas por alguns proprietários e executivos famosos roubando de empresas e funcionários.	149
A degradação ambiental causada por algumas práticas industriais.	130
Os abusos de direitos humanos, como a utilização proposital do trabalho infantil ou de presidiários na fabricação de roupas, sapatos e artigos esportivos.	116
O comércio justo, com alguns consumidores tornando-se incrivelmente conscientes das injustiças dos atuais padrões do comércio global.	73
O empoderamento dos interessados, à medida que os acionistas demandam mais informações e controle sobre os Conselhos de Administração e os clientes não se contentam em simplesmente aceitar as informações da empresa como sendo precisas ou honestas.	53
A segurança e a rotulagem dos produtos, pelo fato de serem apressadamente retirados devido a erros de fabricação e dos clientes demandarem mais e melhor rotulagem nos produtos, como modificações genéticas, irradiação, toxinas e adulteração.	89

Fonte: Dos autores (2015).

Todas as ações apresentadas na tabela são problemas que podem ser solucionados pelo aumento do interesse pela cidadania corporativa. No entanto, a intenção foi ranqueá-los para saber, do ponto de vista local, quais são considerados mais relevantes pelos gestores das empresas entrevistadas. A ganância dos executivos foi o item mais citado, seguido da corrupção e fraude e a degradação ambiental. O menos relevante foi o empoderamento dos interessados e a exigência dos clientes.

## 5 CONCLUSÃO

O estudo realizado demonstra a importância da aplicação de práticas de Responsabilidade Social Corporativa como estratégia administrativa essencial para o sucesso das empresas. Diante do fato de que a maior expressão econômica da cidade de João Monlevade-MG são as empresas do setor de serviços, foi possível traçar um parâmetro de como as empresas locais aplicam a RSC em seus processos gerenciais.

A problemática deste trabalho foi respondida, e a constatação é de que as empresas do setor de serviços de João Monlevade não praticam ações de Responsabilidade Social Corporativa da maneira como a teoria determina. As ações existentes são ínfimas e não permitem o cumprimento de todos os vetores da RSC. Também se percebe pouca preocupação com as outras partes interessadas das organizações, especialmente os funcionários das empresas pesquisadas.

Diante desse quadro, é possível dizer que as empresas locais perdem em Administração de Serviços quando deixam essa lacuna em aberto, mas implementar programas de responsabilidade social nas organizações monlevadenses não parece ser impossível, devido ao fato de que há, nos gestores das organizações pesquisadas, uma considerável consciência acerca da importância da RSC.

Também é possível concluir que a não adoção de tais práticas está visivelmente ligada a diversos fatores, sendo o mais expressivo a ideia de que promover a RSC gera mais custos. De fato, investimentos são necessários, mas as empresas tendem a ganhar muito mais com produtividade ao satisfazerem as necessidades de seus colaboradores. Além disso, vão manter mais clientes ao 'venderem' uma imagem de preocupação com a sociedade em que estão inseridas. Destaca-se, ainda, a possibilidade da realização de práticas de RSC explorando-se parcerias estratégicas que fortemente reduziriam os impactos provocados pelos custos, uma

vez que fornecedores e organizações podem agir de maneira sinérgica para promover o bem-estar social.

Importante frisar que este estudo não é conclusivo, sendo apenas uma contribuição da academia para o contexto estudado, até porque o perfil da cidade analisada é bem parecido com os de outros municípios brasileiros de pequeno porte. Mais estudos de abordagem semelhante podem e devem ser promovidos a fim de que outras realidades do empresariado local, como o setor de bens, sejam pesquisadas, muito embora os dados econômicos locais revelem que o setor de serviços é o mais expressivo no município monlevadense.

Para a sociedade, este estudo se apresenta como uma importante contribuição ao mostrar que ela pode ser beneficiada com ações de bem-estar que não dependam unicamente do Estado, cada vez mais 'mínimo'. Para a academia, este trabalho se revela como um instrumento importante de análise da aplicabilidade teórica, mostrando ainda os desafios práticos a serem enfrentados pelos administradores ao atuarem com tal realidade.

Para os pesquisadores, essa foi uma oportunidade ímpar de conhecer, na teoria e na prática, um pouco mais da RSC, apontando caminhos viáveis à sua execução, melhoria e implementação.

## STUDY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE SERVICES SECTOR OF JOÃO MONLEVADE - MG

### ABSTRACT

This article raised the Corporate Social Responsibility Practices (CSR) in Service Delivery Sector of João Monlevade, Minas Gerais. CSR practices are critical to the management process, because the human resources of these organizations, as well as the nuclear families of these employees end up being the most benefited. With this article, we intended to investigate the following issues: do the companies of João Monlevade services industry practice Corporate Social Responsibility actions? The overall objective was to assess whether the companies of João Monlevade services industry practice CSR actions in the way theory and practice require. After applying a descriptive research with qualitative and quantitative approaches, we came to the conclusion that CSR practices are negligible in the researched sector, being necessary to promote actions that can ensure this management technique is implemented in order to bring more benefits to the society.

**Keywords:** Social responsibility. Services administration. Organizations.



## REFERÊNCIAS

- BALDO, R; MANZANETE, C. M. Responsabilidade social corporativa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA INTERCOM. 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2003. Disponível em: <[http://www.sinpropr.org.br/clipping/2005/2003\\_NP05\\_baldo.pdf](http://www.sinpropr.org.br/clipping/2005/2003_NP05_baldo.pdf)>. Acesso em: 18 jun. 2016.
- COLLIS, J. HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- GOMES, F. P.; ARAÚJO, R. M. Pesquisa quanti-qualitativa em administração: uma visão holística do objeto em estudo. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP, 8., 2005. **Anais...** São Paulo: FEA-USP, 2005. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/8semead/resultado/trabalhosPDF/152.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2016.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Minas Gerais: João Monlevade: estimativa da população 2015.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=313620&search=minas-gerais|joao-monlevade>>. Acesso em: 18 jun. 2016.
- MANIFESTAÇÃO reivindica plano de emergência para a BR 381. **De Fato On Line**, Itabira, 15 set. 2009. Política. Disponível em: <<http://www.defatoonline.com.br/noticias/ultimas/15-09-2009/manifestacao-reivindica-plano-de-emergencia-para-a-br-381>>. Acesso em: 18 jun. 2016.
- MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- MCINTOSH, M.; LEIPZIGER, D.; COLEMAN, G.; JONES, K. L. **Cidadania corporativa: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- MELO NETO, F. P.; FRÓES, C. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- SILVA, B. E. **Contribuições da inovação aberta para o Jornal A Notícia Regional Ltda. de João Monlevade, Minas Gerais.** 2012. 125 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, 2012.
- JOÃO Monlevade: orçamento de R\$ 185 milhões para 2016 é aprovado, **Última Notícia**, João Monlevade, 08 dez. 2015. Política. Disponível em: <<http://www.ultimanoticia.com.br/materia/25857/joatildeo-monlevade-orccedilamento-de-r-185-milhotildees-para-2016-eacute-aprovado->>>. Acesso em: 18 jun. 2016.
- VITORINO, V. A. **Responsabilidade social corporativa.** Notas de aulas de Responsabilidade Social Corporativa da Pós-Graduação em Gestão Organizacional da Faculdade Doctum de João Monlevade, 2010.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

### **Pesquisa Responsabilidade Social Corporativa no Setor de Serviços de João Monlevade-MG**

Olá! Estamos desenvolvendo uma pesquisa que visa diagnosticar a Responsabilidade Social Corporativa no setor de serviços em João Monlevade. Para isso, gostaríamos de contar com sua participação. Não será possível identificar os respondentes. Os dados serão poderão auxiliar o empresariado local na adoção de melhorias significativas em seus negócios. O tempo estimado é de apenas 10 minutos para preenchimento do questionário, caso seja qualificado para tal. Agradecemos, antecipadamente, a sua colaboração.

\*Obrigatório

---

#### **1 - Minha empresa é: \***

- Setor Industrial
- Setor de Serviços
- Setor Agrícola
- Setor Público

#### **2 - Número de funcionários \***

- 1 a 20
- 21 a 50
- 51 a 100
- Mais de 100

#### **3 - Você sabe o que é "Responsabilidade Social Corporativa"? \***

- Sim
- Não

#### **4 - Você considera sua empresa socialmente responsável? \***

- Sim
- Não

#### **5 - Sobre a afirmativa a seguir "Minha empresa apoia o desenvolvimento da comunidade onde ela atua", você: \***

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

**6 - Sobre a afirmativa a seguir "Minha empresa preserva o meio ambiente", você \***

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

**7 - Sobre a afirmativa a seguir "Minha empresa investe no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável", você: \***

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

**8 - Sobre a afirmativa a seguir "Minha empresa realiza comunicações transparentes, ou seja, zela pela transparência de ações", você: \***

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

**9 - Sobre a afirmativa a seguir "Minha empresa dá retorno a seus acionistas", você: \***

Caso sua empresa não possua acionista, considere seus sócios e demais stakeholders (partes interessadas)

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo
- Concordo totalmente

**10 - Sobre a afirmativa a seguir "Minha empresa promove sinergia com parceiros", você: \***

Sinergia é uma combinação de dois elementos de forma que o resultado dessa combinação seja maior do que a soma dos resultados que esses elementos teriam separadamente

- Discordo totalmente
- Discordo
- Nem concordo nem discordo
- Concordo

Concordo totalmente

**11 - Sobre a afirmativa a seguir " Minha empresa promove periodicamente pesquisas de satisfação de clientes e/ou consumidores", você: \***

Discordo totalmente

Discordo

Nem concordo nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

**12 - Sobre a afirmativa a seguir "Todas as organizações possuem responsabilidades sociais que as tornam cidadãs corporativas, responsáveis ou não", você: \***

Discordo totalmente

Discordo

Nem concordo nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

**13 - Sobre a afirmativa "É muito importante que minha empresa respeite as leis trabalhistas", você: \***

Discordo totalmente

Discordo

Nem concordo nem discordo

Concordo

Concordo totalmente

**14 - Para você, quem tem o papel de fomentar o bem estar social? \***

O Estado, unicamente

O Estado e as ONG's

O Estado, as ONG's e as empresas

Nenhuma dessas entidades

**15 - Das certificações internacionais abaixo, qual delas sua empresa pretende possuir ou já possui? \***

ISO 26000

ISO 9001

BS 8800

Nenhuma

**16 - Sua empresa já promoveu alguma ação social? \***

Sim

Não

**17 - Segundo o IBGE, a média de salário do monlevadense hoje é de 2,4 salários mínimos, o que dá cerca de R\$1.872,00. Para sua empresa, esse valor é: \***

- Satisfatório
- Justo
- Insatisfatório
- A média salarial da minha empresa é maior
- Minha empresa paga menos que isso

**18 - Marque na lista a seguir quais dos problemas apresentados que, na sua visão, podem ser solucionados com o aumento pelo interesse da cidadania corporativa \***

- A ganância dos executivos, na forma de opções de compra de ações e remuneração
- A corrupção e a fraude, representadas por alguns proprietários e executivos famosos, roubando de empresas e funcionários
- A degradação ambiental causada por algumas práticas industriais
- Os abusos de direitos humanos, como a utilização proposital do trabalho infantil ou de presidiários na fabricação de roupas, sapatos e artigos esportivos
- O comércio justo, com alguns consumidores tornando-se incrivelmente conscientes das injustiças dos atuais padrões do comércio global
- O empoderamento dos interessados, à medida que os acionistas demandam mais informações e controle sobre os conselhos de administração e os clientes não se contentam em simplesmente aceitar as informações da empresa como sendo precisas ou honestas
- A segurança e rotulagem do produto, pelo fato dos produtos serem apressadamente retirados devido a erros de fabricação e dos clientes demandarem mais e melhor rotulagem nos produtos, como modificações genéticas, irradiação, toxinas e adulteração em alimentos
- Todas as alternativas

**Submetido em:** 21/04/2016

**Aprovado em:** 20/06/2016

**Publicado em:** 05/07/2016