

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA MICROEMPRESA DO DISTRITO FEDERAL**

Aldi Roldão Cabral,  
Guilherme Ângelo Ramos

### **Resumo**

Este artigo apresenta como tema a responsabilidade social empresarial, a qual está referenciada na sustentabilidade empresarial. Atualmente este tema conquista cada vez mais espaço nos debates na sociedade e nas organizações. Responsabilidade social empresarial é um compromisso que as organizações assumem em suas práticas com a intenção de proteger o meio ambiente, sociedade e clientes. As organizações que cumprem a responsabilidade social empresarial em seus negócios são vistas como protetoras do meio ambiente e sociedade, gerando benefícios diversos aos envolvidos no processo. Este estudo teve como objetivo analisar as práticas de responsabilidade social empresarial adotadas por uma microempresa do ramo de moda, localizada no Distrito Federal. Mostra seu olhar sobre a responsabilidade social para todos os que a envolvem. Foi realizada uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa, tendo como objeto o estudo de caso, a partir de entrevista realizada com a gestora da empresa, buscando compreender o posicionamento da empresa em relação à responsabilidade social. A partir da análise de dados, observou-se a preocupação da empresa com os funcionários, clientes, meio ambiente e a sociedade em geral. Foram feitas algumas sugestões de melhorias e propostas de incentivos para um crescente aprimoramento das práticas adotadas por ela. Percebeu-se que o corpo estratégico da organização busca se qualificar e desenvolver mecanismos práticos que resultam no seu compromisso com todos que estão envolvidos no processo.

**Palavras-chave:** Conscientização. Responsabilidade Social Empresarial. Sustentabilidade.

### **Abstract**

This article presents the theme of corporate social responsibility, which is referenced in corporate sustainability. Nowadays, this theme is gaining more space in debates and conversations in society and in organizations. Corporate social responsibility is a commitment that organizations adopt in their practices with the intention of protecting the environment, society and clients. The organizations that promote corporate social responsibility in their businesses are seen as protecting the environment and society, which generates diverse benefits to those involved in the process. This study aimed to analyze the practices of corporate social responsibility adopted by a microenterprise located in the Federal District. This research was carried out in a microenterprise of the fashion branch, showing its look for social responsibility for all that involve it. A descriptive research of a qualitative nature was carried out, since it sought to identify the behavior and expectations of the organization in relation to corporate social responsibility, having as object the case study, based on an interview with the company manager, seeking to understand the position of the company about social

responsibility. From the data analysis, the company's concern with employees, customers, the environment and society in general was observed. Some suggestions for improvements and incentive proposals were made for the improvement in the practices to be adopted by the enterprise. It was noticed that the strategic body of the organization seeks to be qualifying and developing practical mechanisms that result in its commitment to all who are involved in the process. It is concluded that the organization has its commitment to Corporate Social Responsibility.

**Keywords:** Awareness. Corporate, Social Responsibility. Sustainability.

## **Introdução**

Durante o curso de Administração, na disciplina de Gestão Sustentável, percebeu-se a importância da responsabilidade social empresarial nas organizações, daí então surgiu o interesse em pesquisar como uma organização pode se comprometer com a responsabilidade social empresarial e de que forma ela pode beneficiar todos os envolvidos institucionalmente.

O presente artigo aborda a questão da responsabilidade social empresarial, a qual se encontra referenciada na sustentabilidade empresarial. Observa-se que a responsabilidade social contribui, de forma significativa, para o cenário social da comunidade local e da própria empresa, gerando uma imagem positiva junto a todos que estão envolvidos no seu universo corporativo. A responsabilidade social busca a proteção e preocupa-se com o meio ambiente e com a sociedade. Nesse sentido, as atitudes que são tomadas pelas organizações resultam em reconhecimento pelo seu trabalho e atrai bons frutos para as organizações.

As organizações que adotam e praticam em seus negócios a responsabilidade social empresarial são vistas como empresas diferenciadas. Os seus colaboradores se sentem motivados e acolhidos, e a sociedade se sente protegida, pois essas empresas aplicam em suas práticas atitudes que protegem o meio ambiente em que estão inseridas e valorizam a comunidade local.

Alguns líderes empresariais ainda não sabem como adotar em seus negócios o compromisso com a responsabilidade social, sendo objetivo deste artigo contribuir na identificação de mecanismos que possam ser adotados em suas práticas para inserir a responsabilidade social empresarial em seu contexto organizacional.

O foco deste artigo se deu em como uma microempresa pode ser reconhecida como socialmente responsável e quais ações ela deve adotar. A responsabilidade social envolve várias áreas de uma empresa. Trabalhando toda a organização em conjunto é possível que obtenha êxito no que se refere ao compromisso social.

A análise feita considerou a importância do tema para a sociedade e também a relevância para as organizações. Desta forma, pôde-se elaborar o seguinte problema de pesquisa: De que forma a empresa, na qual se fez a pesquisa, poderá contribuir para a responsabilidade social, tornando-se futuramente uma organização sustentável?

Para que uma empresa contribua para a responsabilidade social, ela deve adotar atitudes éticas, e práticas que estejam de acordo com as diretrizes estabelecidas pelos órgãos e/ou entidades que educam e auxiliam as empresas que desejam se comprometer com a responsabilidade social.

Por isso, teve-se como objetivo geral analisar as práticas de responsabilidade social empresarial adotadas por uma microempresa localizada no Distrito Federal. Os objetivos específicos foram: pesquisar sobre a sustentabilidade empresarial e sobre a responsabilidade social, verificando a importância no meio empresarial, e a partir disso, propor sugestões de melhorias e identificar medidas que beneficiam a todos que estão envolvidos na organização.

Este artigo se justifica pela importância do tema que é discutido atualmente no âmbito empresarial e acadêmico. Para a organização é importante, pois pode aprimorar seus processos produtivos e ainda contribuir para a melhoria da sua imagem perante a sociedade, clientes e funcionários, além de contribuir para o meio ambiente. Para o pesquisador o trabalho irá contribuir para a ampliação dos seus conhecimentos referente ao tema, o mesmo poderá utilizar destes, tanto na sua vida pessoal quanto profissional.

Neste artigo, no primeiro momento, será apresentado o referencial teórico e, em seguida, a metodologia da pesquisa e por derradeiro as considerações finais.

## **1. Referencial teórico**

### *1.1 Sustentabilidade Empresarial*

A preocupação com o meio ambiente é um assunto que conquista cada vez mais espaço em fóruns, reuniões, debates, conversas entre a sociedade e governantes. A preocupação a respeito da conservação do meio ambiente, e os agravantes que põem em risco o nosso planeta alertam a sociedade e governo para que se sensibilizem e adotem um consumo consciente e moderado dos recursos naturais (DONAIRE, 1999).

“A crença de que a natureza existe para servir o ser humano contribuiu para o estado de degradação ambiental que hoje se observa” (MONTEIRO et al., 2010 p. 141). Um dos fatores predominantes que se estabeleceram para a degradação do meio ambiente foi o crescimento desordenado da população e a escala excessiva de produção e do consumo.

A Organização das Nações Unidas (ONU), na década de 1980, reuniu-se com cientistas, empresários e governantes e solicitou aos cientistas e especialistas ambientais um relatório para entender como as atividades humanas estavam impactando o meio ambiente. Esse estudo resultou no documento conhecido como: “Nosso Futuro Comum” ou “Relatório de Brundtland”, sendo que, pela primeira vez, a sociedade, ONU, governantes, cientista e outros atores sociais tiveram daí o conceito de sustentabilidade: “capacidade de satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 9).

Ao verificar outras definições de sustentabilidade na literatura, percebe-se que há uma abordagem comum entre os autores, sendo que os objetivos das definições são convergentes. Na visão de Albert et. al. (2004, apud TINOCO, 2010, p.7) “sustentabilidade se refere a garantir o bem-estar das pessoas no momento presente e desenvolver produtos que não venham a prejudicar as gerações futuras de usufruir a vida, ou seja, promover o desenvolvimento sustentável”. Para Elkington (2001, p.

20) “Princípio que assegura que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as futuras gerações”.

Na visão corporativa, a sustentabilidade empresarial deve estar em harmonia com o mundo dos negócios. A sustentabilidade é delimitada como um conjunto de ações que um setor, ou união de setores, estabelecem para atender às normas regulamentadoras ambientais, adaptando-se aos mercados internos e externos, sendo mantidas no meio competitivo das organizações (DIAS, 2011).

Há duas décadas, a sustentabilidade empresarial era vista como impasse dentro das organizações. Seu objetivo era apenas focar nos erros cometidos na produção. Sua visão era voltada para a questão financeira, pois o meio empresarial acreditava que sustentabilidade custava caro e uma das únicas atitudes que eram tomadas se referia aos diálogos sobre reciclagem de produtos e materiais. Com a crescente preocupação da sociedade quanto às questões ecológicas, as organizações tiveram de rever os seus conceitos, percebendo que a sustentabilidade empresarial vai muito além de apenas reciclar produtos e sim, também, atentar para as questões de segurança, de proteção e defesa do consumidor, sobre cuidados na emissão de resíduos sólidos, armazenagem correta de materiais, qualidade dos produtos, etc. (DONAIRE, 1999).

Nas organizações, percebe-se que a questão do alcance dos lucros estimados é insuficiente para alcançar os objetivos mensurados. A longo prazo, para as empresas permanecerem no mercado são necessárias medidas para que se posicionem como diferentes do padrão, atendendo às necessidades dos seus agentes envolvidos, os quais normalmente são: clientes, fornecedores, colaboradores, comunidade, acionistas. Dentre essas necessidades, destacam-se o bem estar dos funcionários e sociedade, com ênfase no aspecto ambiental (TINOCO, 2010).

O objetivo comum da grande maioria das organizações é obter o maior retorno possível dos recursos investidos no negócio. Para que isso ocorra, as organizações utilizam das ferramentas de negócios disponíveis para estarem à frente dos seus concorrentes.

Em virtude das mudanças globais e dos fatores estruturais e econômicos, a responsabilidade social, ambiental e econômica começaram a fazer parte das responsabilidades prioritárias das empresas. Para que as organizações iniciem suas contribuições para a sustentabilidade, é necessário que as mesmas mudem seus processos de produção para que não causem danos ao meio ambiente, sendo elas contribuintes para o bem estar da sociedade e natureza (CORAL, 2002).

Tendo como meta essa contribuição para a sustentabilidade, a sustentabilidade empresarial é composta por três dimensões a serem observadas para uma gestão sustentável, são elas: econômica, social e ambiental. Essas dimensões foram elaboradas pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1987, com a intenção de solucionar questões ambientais críticas (FERREIRA, et. al., 2016).

No Quadro nº 01, apresenta-se a representação dos equilíbrios dinâmicos entre as dimensões economia, social e ambiental e, em seguida, a explicação sobre cada aspecto das dimensões da sustentabilidade empresarial.

<b>Aspectos Considerados</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Autores</b>
<b>ECONÔMICA</b>	Performance financeira; avaliação de resultados; indicadores financeiros; valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos.	Krajnc e Glavic (2005a), Steurer et al.(2005).
<b>SOCIAL</b>	Geração de emprego e renda; capacitação de funcionários; tratamento dos funcionários pela empresa, fornecedores, contratados e consumidores; e responsabilidade social da empresa.	Carrol (1979), Clarkson (1995), Oliveira (2002), Claro e Claro (2004), Krajnc e Glavic (2005a). Steurer et al.(2005).
<b>AMBIENTAL</b>	Proteção à saúde humana por meio da redução química e poluição; conservação e administração de recursos renováveis e não renováveis; impactos causados pela empresa; medidas ambientais realizadas; resultados ambientais; redução de resíduos; adequação à legislação ambiental; e investimentos em pesquisas associadas à tecnologia limpa.	Sachs (1993). Oliveira(2002). Claro e Claro (2004). Krajnc e Glavic (2005a). Steurer et al.(2005)

Quadro nº 01 – Equilíbrio dinâmico das dimensões da Sustentabilidade Empresarial  
Fonte: Adaptado de Callado (2010, p. 64).

Para Dias (2011) no aspecto econômico a sustentabilidade prevê que as organizações devem ser economicamente viáveis. Seu compromisso com a sociedade deve ser cumprido, considerando esse aspecto de rentabilidade, ou seja, obter o retorno sobre o investimento realizado pelo capital privado investido.

Do ponto de vista social, as organizações devem proporcionar adequadas condições de trabalho aos seus colaboradores, proporcionando bem estar de todos os envolvidos no ambiente físico das organizações. Essas condições devem contemplar a diversidade sociocultural. Seus dirigentes necessitam participar ativamente das atividades socioculturais que são oferecidas pelo governo e entidades privadas (DIAS, 2011).

No aspecto ambiental, devem as organizações zelar pela produção limpa de seus produtos, oferecendo condições para uma cultura ambiental organizacional. As

organizações devem adotar uma postura de responsabilidade ambiental, certificando-se que não estão ultrapassando a capacidade de suporte do planeta, sendo preciso, portanto, monitorar os seus impactos ambientais e também de seus fornecedores (ELKINGTON, 2011 apud FERREIRA et. al. 2016).

Observando a importância das três dimensões da sustentabilidade nota-se que a responsabilidade social é um dos aspectos mais visíveis, pois aplicando a responsabilidade social em questões ambientais, resulta em práticas que extrapolam os deveres básicos tanto da sociedade quanto das organizações, constituindo, em sua maioria, em ações voluntárias, que implicam em um comprometimento maior que a simples adesão formal em virtude das obrigações advindas das legislações ambientais (DIAS, 2011).

A responsabilidade social empresarial é: “vista como um compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação e uso de recursos que originalmente não lhe pertencem” (MELO NETO, 1999, p. 84). As organizações devem ser éticas, suas tomadas de decisão devem respeitar os direitos, valores e os interesses de todos que, de uma forma ou de outra, são afetados por elas, sejam funcionários, sociedade e/ou seus clientes.

A concepção da responsabilidade social empresarial implica em um novo papel das organizações dentro da sociedade, sendo essas organizações vistas, cada vez mais, como um sistema social. Os empresários estão se conscientizando gradativamente e, observando que as suas organizações não são somente unidades de produção e/ou venda de serviços, mas que devem atuar com responsabilidade social, atendendo e respeitando os direitos humanos, oferecendo melhores condições de vida, alcançando a sociedade e preservando o meio ambiente (DIAS, 2011).

Para o Instituto Ethos e SEBRAE (2003) as organizações devem seguir as sete diretrizes para que, de fato, a Responsabilidade Social Empresarial esteja alinhada em seus negócios, a saber:

1º Adoção de valores e trabalho com transparência.

As organizações devem ter em sua missão e visão, sendo comprometidas com todos os envolvidos no ambiente empresarial, sendo eles: proprietários, funcionários, fornecedores, sociedade e meio ambiente. Suas atitudes devem ser éticas e transparentes, pois essas determinam a forma pela qual a organização administra os seus negócios (ETHOS; SEBRAE, 2003).

2º Valorização dos empregados e colaboradores.

As organizações que valorizam seus funcionários, respeitam os direitos trabalhistas e também oferecem benefícios aos colaboradores para que eles se sintam motivados, podendo citar alguns exemplos destes benefícios: planos de saúde, vale-alimentação, parcerias com faculdades e restaurantes. No entanto, é necessário que as organizações proporcionem um ambiente de trabalho com boas instalações físicas e higiênicas. Os colaboradores devem ser incentivados a serem criativos e inovadores. Esta diretriz sugere ainda que, organizações devem buscar a diversidade em seus funcionários, não discriminando pela relação de raça, etnia, sexo, idade, religião, ascendência e outros, promovendo o bem estar no ambiente corporativo. É importante também que haja uma relação harmônica entre os líderes e empregados, oferecendo oportunidades de crescimento, participação nos lucros e preservação das necessidades pessoais dos funcionários, entre outros (ETHOS; SEBRAE, 2003).

### 3º Faça sempre mais pelo meio ambiente.

As organizações devem respeitar os princípios ambientais, fazendo o balanço constante dos impactos ambientais que a empresa provoca em termos de uso dos recursos naturais e produção de resíduos, e adaptando-as quando for preciso. É importante que as organizações eduquem e conscientizem seus funcionários para que eles estejam atentos ao consumo de recursos naturais, trabalhando sempre que for preciso para estar alinhados a novas tecnologias de consumo sustentável em suas atividades (ETHOS; SEBRAE, 2003).

### 4º Envolvimento entre parceiros e fornecedores.

Toda organização socialmente responsável deve estabelecer um diálogo entre seus fornecedores e parceiros, sendo transparente em suas ações, cumprindo os contratos estabelecidos, o que contribui para o desenvolvimento de ambos (ETHOS; SEBRAE, 2003).

### 5º Proteção aos clientes e consumidores.

Os produtos que são ofertados pelas organizações devem ser seguros e confiáveis, fornecendo instruções adequadas de uso e informando, se houver, os seus riscos. A organização deve estar atenta às manifestações dos clientes, no sentido de melhorar o atendimento, os produtos e os serviços (ETHOS; SEBRAE, 2003).

### 6º Promoção da comunidade.

A relação que uma empresa tem com sua comunidade local é importante, pois resulta em entrosamento saudável e dinâmico com os grupos representativos dos locais, aproximando ambos, pois com ele é possível identificar problemas e possibilita a solução conjunta que envolve a comunidade. O desenvolvimento de ações do tipo: a realização de doações a instituições de caridade, apoio às escolas locais, hospitais, e outras instituições que cuidam e preservam a sociedade, são atitudes que despertam a atenção dos que estão envolvidos (ETHOS; SEBRAE, 2003).

### 7º Comprometimento com o bem comum.

As organizações necessitam cumprir com suas obrigações de recolhimento de impostos, alinhar os interesses da empresa com o da sociedade, comprometer-se com o combate a corrupção, contribuir para projetos e ações sociais, ou seja, devem contribuir para o desenvolvimento da região (ETHOS; SEBRAE, 2003).

Percebe-se que as organizações que aderem à sustentabilidade empresarial, só tendem a ganhar, pois beneficia a sociedade, meio ambiente e também a própria organização. Acredita-se que os impactos positivos ao planeta são imensos, os quais são possíveis e viáveis a todos os tipos de empresas e negócios.

A Figura nº 01 ilustra os motivos que encorajam a maioria das empresas a adotarem em seus planejamentos a sustentabilidade empresarial.

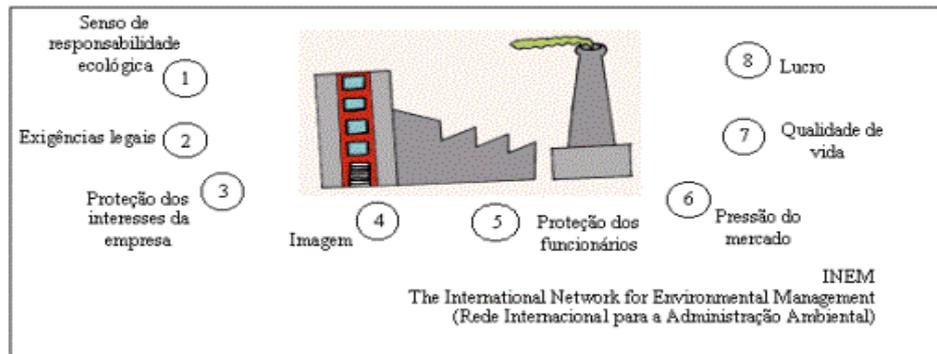


Figura nº 01 – Motivação para a proteção Ambiental na Empresa.  
 Fonte: Callenbach et al (1993, p. 26)

Diante disso, verifica-se que as práticas sustentáveis tornam-se cada vez mais comum, possibilitando que as organizações tornem-se referências para as outras, e ainda, de forma gradativa, promovendo o bem estar dos seus colaboradores, sociedade em geral e meio ambiente, proporcionando melhores condições de vida.

## 2. Metodologia

Para Gil (2008, p. 42), a pesquisa é um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. A metodologia tem como interesse o caminho para validade do percurso a ser escolhido, com a finalidade de chegar ao destino desejado, conforme planejamento desenvolvido pelo pesquisador.

Quanto aos objetivos da pesquisa esta classifica-se como descritiva, que, segundo Cervo, Bervian e da Silva (2007), ocorre quando se registra, analisa e correlacionam fatos ou fenômenos, sem manipulá-los.

Quanto à natureza da pesquisa, está classificada como qualitativa, pois buscou-se identificar o comportamento e expectativa da organização com a responsabilidade social empresarial, baseando-se nos resultados alcançados, obtidos por meio da entrevista com a gestora de uma microempresa do ramo de moda.

Quanto à escolha do objeto de estudo, foi utilizado o estudo de caso, pois é uma maneira a permitir o conhecimento amplo e detalhado a respeito do tema proposto (GIL, 2008).

Foi realizada uma pesquisa de campo dentro da organização observando a postura da empresa sobre a Responsabilidade Social Empresarial. O instrumento da pesquisa foi aplicado a partir de questões estruturadas, contendo seis perguntas específicas sobre o tema da pesquisa, as quais não foram gravadas, a pedido da gestora, estas foram lidas por ela e autorizada a divulgação das respostas.

A empresa na qual a pesquisa foi realizada tem sua atividade concentrada para atender o público feminino, comercializando diversos produtos do mercado, tais como: camisetas, calças, casacos, jaquetas, moda fitness, saias, bermudas, shorts e ainda vestidos. Essa empresa oferece esses produtos para as diversas faixas etárias e ainda pessoas de variados perfis e roupas de tamanhos diversos.

Microempresa (ME) consolidada no mercado, composta por oito funcionários em seu quadro, atuando desde 2008 no atendimento dos seus clientes, sendo considerada como referência em qualidade e atendimento no bairro de Vicente Pires – DF.

Assim, a partir das análises realizadas, foram sugeridos alguns procedimentos de melhorias com o propósito de executar as melhores práticas adotadas no mundo empresarial, com o intuito de alcançar resultado positivo quanto à responsabilidade social.

### 3. Análise dos dados

A entrevista foi realizada em 20 de abril de 2017, com a gestora da organização. Foram apresentadas seis perguntas, buscando obter as respostas com clareza e objetividade. Após a obtenção das respostas, foi feita a análise e discussão dos resultados para identificar se as atitudes da empresa estavam em conformidade com a responsabilidade social empresarial.

Assim, obteve-se os seguintes resultados:

1º Pergunta: A missão da organização está comprometida com a responsabilidade social empresarial?

Resposta: *“Sim, com todas as mudanças que vêm acontecendo no aspecto social, mudamos nossa missão com o intuito de contribuir para o bem estar tanto da empresa, quanto para a nossa clientela e também para sociedade. Estamos preocupados com o bem estar de todos, queremos ser reconhecidos pelo que temos feito”.*

A empresa mudou sua missão para a melhoria do quadro social que a envolve. Observa-se que as empresas tem reformulado sua missão com o intuito de permanecerem no mercado e tornarem-se reconhecidas pelas atitudes que protegem e beneficiam a sociedade. Para Tenório (2004, p. 27):

Com o crescente interesse empresarial em desenvolver atividades sociais e devido ao reconhecimento da importância desse tema para os negócios, cada vez mais as companhias estão buscando novas formas de agregar valor social às suas atividades.

A contribuição das organizações para o bem estar de todos, contribui para que as mesmas sejam reconhecidas e vistas como diferenciais das que não adotam em suas atividades a responsabilidade social empresarial (ALESSIO, 2003).

A responsabilidade social das organizações [...] assumindo esta postura, as empresas acabam ganhando melhor imagem institucional e isto pode traduzir em mais consumidores, mais vendas, melhores empregados, melhores fornecedores, mais fácil acesso ao mercado de capitais, entre outras coisas. Uma empresa que é vista como socialmente responsável possui uma vantagem estratégica aquela que não tem essa imagem perante o público (DONAIRE, 1999, p. 22).

2º Pergunta. A respeito dos salários e dos benefícios que são pagos aos funcionários, estes estão dentro da média do mercado? A senhora como gestora acredita que os funcionários se sentem motivados e reconhecidos na empresa?

Resposta: *“Os salários que a empresa oferece para os funcionários estão dentro do padrão do mercado, oferecemos participação nos lucros e comissões sobre as vendas e, nunca atrasamos o dia do pagamento. Estamos verificando se podemos aumentar os valores do vale-alimentação/vale-refeição. Além do vale transporte ser pago em dinheiro, oferecemos vale cultura, plano de saúde e plano odontológico integral sem nenhum custo aos funcionários e aos seus dependentes, e futuramente pretendemos firmar convênios com restaurantes e lanchonetes que são próximos à empresa. Também pretendemos buscar em universidades, planos de incentivo aos estudos para que os nossos funcionários possam se qualificar e se desenvolverem profissionalmente. Sim, acredito que os funcionários estão se sentindo motivados e reconhecidos, o corpo estratégico está trabalhando para que todos se sintam motivados e acolhidos na organização”.*

Valorizar o capital humano de uma organização é extremamente importante, tendo em vista que a Gestora acredita que seus funcionários se sentem motivados e reconhecidos pelos benefícios que são oferecidos aos colaboradores, como também pelo trabalho que o corpo estratégico da organização tem executado em suas atividades para que todos os funcionários se sintam acolhidos e motivados.

Percebe-se que as empresas que valorizam seus colaboradores evitam que a rotatividade se propague na organização, obtendo a satisfação dos mesmos em trabalhar na organização (ETHOS; SEBRAE, 2003).

3º Pergunta: A organização incentiva e educa os funcionários com o intuito de preservar o meio ambiente?

Resposta: *“a empresa está em processo de mudanças, estamos mudando para um centro comercial no Sudoeste (bairro), identificamos que na localidade o prédio utiliza meios de consumo sustentável, reutilizando o que é necessário e descartando lixo em locais adequados, contratamos um arquiteto para trabalhar na instalação em que a empresa vai mudar para que a mesma seja considerada como sustentável, para isso investimos os recursos financeiros necessários. Levamos nossos funcionários em palestras oferecidas pelo SEBRAE neste ano, nas palestras fomos orientados sobre os modos em que as organizações do tipo micro e pequena devem se comportar com o intuito de respeitar e colaborar para o bem do meio ambiente. Temos acesso ao ambiente virtual do site do SEBRAE, neste site temos sempre atualizações a respeito dos modos que devemos ter na organização referente ao consumo consciente dos recursos naturais e as formas que os funcionários devem ser incentivados e educados. Na nossa atual loja, verificamos que os funcionários estão utilizando da forma correta o uso da água, luz e descarte de lixos”.*

A organização tem buscado inovações e aperfeiçoamento em seus processos para que toda a empresa tenha um compromisso com o consumo consciente dos recursos naturais, preservando o meio ambiente e contribuindo para o bem estar de todos, proporcionando garantias de qualidade de vida para as gerações futuras.

Observa-se que as empresas que se preocupam com as questões ambientais e que educam seus funcionários trabalham em prol do meio ambiente, são vistas e

reconhecidas pela sociedade, e as portas do mercado se abrem para essas empresas (NOVAES, 1991).

A proteção ambiental deixou de ser uma função exclusiva da produção, mas também uma função da administração (DONAIRE, 1999), desta forma, todos que envolvem a organização têm de colaborar para o bem estar do meio ambiente e da sua proteção.

4º Pergunta: A empresa realiza pesquisa de opinião com os clientes a respeito da qualidade no atendimento e também dos produtos que são comercializados?

Resposta: *“Iniciamos neste mês de abril, pesquisas de opinião a respeito das vendas e também dos nossos atendimentos. No entanto, desde que iniciamos nossas atividades, verificamos que a necessidade desta pesquisa é fundamental, porém por diversas questões demoramos a realizar estas pesquisas”.*

Para que uma empresa tenha uma real análise sobre seu atendimento, e sobre a qualidade nos produtos é importante que se realize tais pesquisas, pois para (ETHOS; SEBRAE, 2003, p. 35), é um material precioso para a avaliação do desempenho de sua empresa.

5º Pergunta: A empresa promove e/ou participa de ações sociais?

Resposta: *“A empresa participa de algumas ações sociais, oferecemos algumas peças de roupas, alimentos, remédios e até auxílio financeiro, para instituições como a ABRACE, Fraternidade Lucas Evangelista e entre outras”.*

Participando de ações sociais, oferecendo ajuda para as instituições sociais, a empresa contribui com o seu papel social responsável, contribuindo para o bem comum daqueles que são necessitados de ajuda. Organizações que promovem ações como essas incentivam também outras organizações a fazerem o mesmo. De acordo com Alessio (2008, p. 7) “a gravidade dos problemas brasileiros e a grande parcela da população que vive abaixo da linha de pobreza, sem as mínimas condições de sobrevivência, faz a atuação social das empresas voltar-se para doações”.

6º Pergunta: A empresa participa de reuniões com empresários que se trata das questões sociais que acontecem na comunidade, promovendo e discutindo melhorias para o bem comum?

Resposta: *“Participamos de algumas reuniões em que somos convidados, essas são oferecidas pela associação de comerciantes do bairro, e também da administração regional da cidade, entre outras que são oferecidas pelo Governo de Brasília. A empresa gostaria de ser convidada para mais reuniões, esperamos que em breve sejamos convidados para mais reuniões, pois essas reuniões que acontecem no bairro e na administração regional a empresa está sempre propondo melhorias e sugerindo soluções para beneficiar a todos que estão envolvidos”.*

Contribuir para o desenvolvimento da região, é um compromisso que as empresas devem adotar, pois sugere contribuições para o bem comum de todos os envolvidos.

As empresas que assumem a responsabilidade social empresarial em suas atividades ganham melhor imagem institucional e isto pode ocasionar mais credibilidade em seus negócios. As empresas que participam de reuniões com a comunidade, governantes e entre outros, promovem a definição de melhorias para os problemas sociais e ambientais (DONAIRE, 1999).

## **Considerações finais**

Ao longo da pesquisa observou-se que a organização está se desenvolvendo quanto à responsabilidade social, promovendo, conforme suas possibilidades, ações que contribuam para o bem estar da sociedade e de seus colaboradores.

Conforme dados obtidos na pesquisa de campo e ainda observando o comportamento da organização a respeito do seu comprometimento com a responsabilidade social, nota-se que a empresa está se comprometendo com as diretrizes estabelecidas pelo Instituto ETHOS e SEBRAE, buscando aperfeiçoar os métodos de trabalho e também do comportamento da organização em geral para se enquadrar nos quesitos necessários para que uma empresa seja considerada como socialmente responsável.

A partir das análises feitas nota-se a importância de que as organizações introduzam em seus negócios o compromisso com a sociedade, colaboradores e de todos que as envolvem, no que se trata da responsabilidade social empresarial, para que haja uma melhor qualidade de vida para todos que as estejam envolvidos nesse processo.

Para que uma organização possa contribuir para a responsabilidade social empresarial, tornando-se futuramente uma organização sustentável, ela deve seguir as diretrizes estabelecidas pelos órgãos ou entidades que auxiliam e educam as empresas que desejam comprometer com a responsabilidade social empresarial.

Destarte, é necessário que a organização busque estar sempre se atualizando no que se refere às diretrizes que podem ser modificadas sobre responsabilidade social empresarial, para que a organização possa estar sempre acompanhando as atualidades sobre o tema e reformulando seus métodos, se necessário.

Este estudo teve como objetivo analisar as práticas de responsabilidade social empresarial adotada por uma microempresa localizada no Distrito Federal. Pelo tema ser atual e bastante discutido no meio empresarial e educacional, surgiu o interesse em pesquisar sobre o tema, podendo oferecer subsídios à adoção de diretrizes estabelecidas pelas instituições que auxiliam e educam as empresas a se tornarem comprometidas com a responsabilidade social empresarial.

Desta forma, observando o comportamento da organização pesquisada, notou-se que a empresa já assumia sua responsabilidade social empresarial, sendo apenas sugerido que estivesse sempre buscando se atualizar para estar alinhada com as diretrizes estabelecidas pelo Instituto ETHOS e SEBRAE.

As organizações que seguem as diretrizes básicas para o compromisso com a responsabilidade social, tornam-se protetoras do meio ambiente, sociedade, clientela.

Com as práticas que a empresa adota para ser vista como responsável social, a mesma passa a considerar que todos os mecanismos utilizados para valorização dos funcionários, proteção ao meio ambiente, relacionamento saudável com a comunidade local, clientes bem atendidos e valorizados, a organização estará se valorizando e possibilitando ser reconhecida por suas práticas adotadas. Estas agregam valor em seus negócios, pois são vistas como referências, e podendo se

destacar frente àquelas que não adotam em seus negócios o compromisso com a responsabilidade social.

Outrossim, este estudo não teve como pretensão esgotar o assunto em tela, mas, sobretudo, despertar o interesse em outras discussões relevantes sobre a responsabilidade social empresarial e as boas práticas adotadas.

Propõe-se que novos estudos sejam realizados com maior número de microempresas e de localidades do Distrito Federal para que se conheça melhor e se possa ampliar a adesão à responsabilidade social empresarial.

Também será interessante a realização de novos estudos que utilizem outras técnicas de coleta de dados que permitam verificar o compromisso com a responsabilidade social objetivamente e não apenas baseado no discurso do gestor organizacional.

## REFERÊNCIAS

ALESSIO, Rosemeri. **Responsabilidade social das empresas no Brasil:**

reprodução de postura ou novos rumos? Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

CALLADO, Aldo Leonardo Cunha. **Modelo de mensuração de sustentabilidade empresarial:** uma aplicação em vinícolas localizadas na serra gaúcha. 2010. 216f. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Centro de Estudos e Pesquisa em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2010.

CALLENBACH, E., et al. **Gerenciamento Ecológico – Eco-Management –** Guia do Instituto Elmwood de Auditoria Ecológica e Negócios Sustentáveis. São Paulo: Ed. Cultrix, 1993.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO - CMMAD. **Nosso futuro comum.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial.** 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, 2002.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. 2 ed. São Paulo. Atlas, 2011.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. São Paulo. Atlas, 1999.

ELKINGTON, John. **Canibais com garfo e faca.** São Paulo: Makron Books. 2001.

ETHOS, Instituto; SEBRAE. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo.** Disponível em: <<http://www.ufal.edu.br/empreendedorismo/downloads/manuais-guias-cartilhas-e-documentos-sobre-empreendedorismo-e-inovacao/manual-de-responsabilidade-social-empresarial-para-micro-e-pequenas-empresas>>. Acesso em 05 de abril de 2017.

FERREIRA, Camila dos Santos; GEROLAMO, Mateus Cecílio. **Análise da relação entre normas de sistema de gestão (ISO 9001, ISO 14001, NBR 16001 e OHSAS**

**18001) e a sustentabilidade empresarial.** Gest. Prod., São Carlos, v. 23, n. 4, p. 689-703, Dec. 2016 . Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-530X2016000400689&Ing=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2016000400689&Ing=en&nrm=iso)>. Acesso em 23 de Março de 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. Ed. São Paulo. Atlas, 2008.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MONTEIRO, Caroline et al . **A gestão municipal de resíduos sólidos e as ações de sustentabilidade: um estudo realizado em um município do centro oeste do Paraná.** urbe, Rev. Bras. Gest. Urbana, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 139-154, Apr. 2017. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-33692017000100139&Ing=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-33692017000100139&Ing=en&nrm=iso)>. Acesso em 24 de Março de 2017.

NOVAES, Washington. **Mercado para quem não polui.** São Paulo. Visão, 1991.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco social e o relatório da sustentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2010 1 recurso online ISBN 9788522466436. Disponível em: <<http://biblioteca.projecao.br/upload/vinculos/00005f/00005f96.jpg>> Acesso em 24 de março de 2017.