



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ANANDA VANII SALDANHA MAIA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO PARA
IDENTIFICAÇÃO DA SUA DIMENSÃO NA EMPRESA EFEITO TÊXTIL**

**CAMPINA GRANDE
2019**

ANANDA VANII SALDANHA MAIA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO PARA
IDENTIFICAÇÃO DA SUA DIMENSÃO NA EMPRESA EFEITO TÊXTIL**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento de Administração e Economia da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Área de concentração: Gestão Ambiental

Orientador: Profa. Dra. Sandra Maria Araújo de Souza

**CAMPINA GRANDE
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

M217r Maia, Ananda Vanii Saldanha.
Responsabilidade social corporativa [manuscrito] : um estudo de caso para identificação da sua dimensão na Empresa efeito têxtil / Ananda Vanii Saldanha Maia. - 2019.
16 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.
"Orientação : Profa. Dra. Sandra Maria Araújo Sousa, Coordenação do Curso de Administração - CCSA."
1. Responsabilidade social corporativa. 2. Empresa sustentável. 3. Gestão sustentável. 4. Responsabilidade empresarial. I. Título

21. ed. CDD 658.408

ANANDA VANII SALDANHA MAIA

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO PARA
IDENTIFICAÇÃO DA SUA DIMENSÃO NA EMPRESA EFEITO TÊXTIL

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Departamento de
Administração e Economia da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Administração.

Área de concentração: Gestão Ambiental

Aprovada em: 01/07/2019.

BANCA EXAMINADORA

Sandra

Prof. Dra. Sandra Maria Araújo de Souza (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Thayse Andreza Oliveira Do Bu

Prof. Ma. Thayse Andreza Oliveira Do Bu
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Thais Marculino da Silva

Prof. Ma. Thais Marculino da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REVISÃO DE LITERATURA	7
2.1	Responsabilidade Social Corporativa	7
2.1.1	<i>Dimensões de Responsabilidade Social Corporativa</i>	8
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	10
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	11
5	CONCLUSÃO	13
	REFERÊNCIAS	14
	APÊNDICE A – GUIA DE ENTREVISTA	16

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO PARA IDENTIFICAÇÃO DA SUA DIMENSÃO NA EMPRESA EFEITO TÊXTIL

COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A CASE STUDY TO IDENTIFY ITS SIZE IN THE COMPANY EFEITO TÊXTIL

Ananda Vanii Saldanha Maia¹

RESUMO

Com a globalização e a modernização da indústria surgiu uma série de impactos positivos e negativos, tanto para sociedade como para o meio ambiente. Com variedade de consequências causadas pelas organizações, deu-se o início da discussão sobre a sua responsabilidade em prol a sociedade e do meio ambiente e o papel da empresa nisso. Esses são alguns motivos de como se deu o surgimento do objetivo deste trabalho que é investigar a dimensão de Responsabilidade Social Corporativa adotada na empresa Efeito Têxtil. O método de pesquisa utilizado foi qualitativo com abordagem exploratória; por meios bibliográficos e de estudo de caso, sua coleta de dados foi realizada através de entrevista semiestruturada com estudo pela técnica de análise de conteúdo. A dimensão da Responsabilidade Social Corporativa identificada foi a dimensão ética perceptível sua relação direta aos métodos adotados na empresa no setor de produção e na gestão dos Recursos Humanos.

Palavras-Chaves: Responsabilidade Social Corporativa. Dimensões.

ABSTRACT

With globalization and the modernization of industry, a series of positive and negative impacts have arisen for both society and the environment. With a variety of consequences caused by organizations, the discussion began about their responsibility for society and the environment and the company's role in it. These are some of the reasons for the emergence of the objective of this work, which is to investigate the Corporate Social Responsibility dimension adopted in the company Textile Effect. The research method used was qualitative with an exploratory approach; through bibliographical and case study, their data collection was performed through a semi-structured interview with analysis by the technique of content analysis. The dimension of Corporate Social Responsibility identified was the ethical and perceptible dimension of its direct relationship to the methods adopted in the company in the production sector and in the management of its Human Resources.

KeyWords: Corporate Social Responsibility. Dimensions.

¹ Graduanda em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: anadavanii33@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

No decorrer dos últimos séculos as organizações foram ficando cada vez mais industrializadas resultando gradativamente na escassez dos recursos naturais. Com o advento da globalização e os avanços tecnológicos, as mudanças ocorrem cada vez mais rápidas; logo as empresas necessitam realizar modificações constantes para conseguir acompanhar o mercado que fica cada vez mais exigente e competitivo. Para acompanhar estas mudanças, é necessário fabricar novos produtos ou serviços para serem inseridos no mercado (MACÊDO, 2010).

Com o surgimento desses novos processos produtivos e a oferta de novos serviços, as consequências ocasionadas por essas mudanças foram: desigualdade social, baixa qualidade de vida pertinente do aumento da poluição, escassez de recursos naturais, precariedade da situação do trabalho entre outros fatores. A consciência da Responsabilidade Social aderida pelas empresas como um fator de tomada de decisão estratégica influencia de diversas formas a utilização dos recursos naturais, e a sua gestão é uma das soluções que podem ser aderidas para amenizar estes danos.

Uma empresa que tem como premissa a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem o intuito de englobar todos os agentes que a envolve sejam eles seus próprios colaboradores, fornecedores e até mesmo o município em que ela está envolvida. E, isto gera uma forma mais cuidadosa de gerir seus próprios recursos, nos quais, estão envolvidos em cadeia produtiva.

A adesão da Responsabilidade Social Corporativa na tomada de decisão na gestão das empresas é um fator que influencia diretamente e indiretamente os seus *stakeholders*², pois eles são afetados de alguma maneira com as consequências geradas por elas. Então, a noção que as estratégias de gestão utilizada nas organizações são fatores importantes para amenizar os impactos negativos para todas as partes envolvidas com a organização. Logo, sabe-se que a empresa tem consciência de suas ações e consequências que afetam a sociedade e quais atitudes devem ser tomadas para minimizar as sequelas causadas.

Indubitavelmente, a responsabilidade social atua de várias formas numa gestão consciente que afeta a sociedade. Quando o conceito de responsabilidade social arca com as premissas de valores e condutas na gestão, mas também assume o compromisso de satisfazer os interesses de seus agentes, sejam eles internos ou externos, significa que ela assume um papel de política institucional, na qual, vai trazer benefícios tanto para sociedade como para organização (NASCIMENTO; CURI, 2013).

Dentro da RSC, existem fatores que influenciam direta e indiretamente as decisões estratégicas da gestão de uma forma geral. Um dos fatores para cada empresa que possui RSC deriva de seus valores éticos e morais, ou seja, é necessário que a empresa possua motivações pessoais e regras pré-estabelecidas pela sociedade, além da cultura que a empresa está inserida. (ASHLEY, 2006). As dimensões da responsabilidade social caracterizam esses valores que os gestores possuem podendo ser eles apenas econômicos ou voltados para o lado filantrópico.

A empresa que possui uma RSC originadas da ética e moral de seus fundadores, além de serem influenciadas pela cultura do local no qual está inserida, sempre é bem vista pelos seus *stakeholders* e acaba refletindo sobre ela uma imagem positiva. Além do bom marketing, a empresa também traz para seu produto, a confiabilidade, e está associada a uma empresa que geralmente tem práticas sustentáveis.

A Responsabilidade Social Corporativa utilizada como um agente influenciador na tomada de decisão e na estratégia de gestão da empresa pode encontrar uma forma de

² *Stakeholders*: stake em inglês significa aquele que tem interesse e holder significa aquele que possui. É um ter utilizado para definir um grupo que tem interesses ou estão envolvidos com alguma empresa.

equilíbrio de uma empresa ética, mas que também terá lucro. Desse modo, este trabalho tem como objetivo identificar as dimensões de Responsabilidade Social Corporativa presentes na empresa Efeito Têxtil. Diante deste contexto, indaga-se: Quais dimensões da Responsabilidade Social Corporativa estão presentes na empresa Efeito Têxtil?

Este trabalho tem como sua relevância a compreensão da Responsabilidade Social Corporativa e suas características dentro de uma empresa e seus impactos que podem afetar a empresa em si e seus *stakeholders*.

O trabalho tem como estrutura a introdução com a função de introduzir o tema e expor o objetivo geral. Logo em seguida, a revisão de literatura para melhor compreensão da pesquisa e auxílio para sua análise. Posteriormente a metodologia com as técnicas de coleta e análise de dados, em seguida com resultado e discussões da análise da coleta de dados, no tópico seguinte, a conclusão. e por último as referências.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

A responsabilidade social empresarial ao longo do tempo foi passando por modificações de conceitos e de interpretações que variaram desde o cumprimento da legislação até uma consciência social, mas que hoje é entendida como qualquer ação que contribua de forma benéfica com a sociedade em que ela está inserida (JOSEPH et al., 2018).

Para Macêdo (2010), o conceito responsabilidade social empresarial está ligado diretamente com as pessoas que são envolvidas com a cultura e com a empresa em objetivos em comum. Esses objetivos foram formados por necessidades que foram surgindo na sociedade e com isso novos processos em relação do trabalho e o número maior de pessoas envolvidas na atuação com as organizações.

Para Paiva et al. (2003) a responsabilidade social está envolvida diretamente como as ações e sua promoção ao bem-estar social, ou seja, a administração da empresa deve ser pensada não apenas para geração de lucro da empresa, mas para todos os seus envolvidos, sejam eles colaboradores ou apenas cidadãos que estão inseridos no mesmo meio social.

De acordo com Pioli e Roupp (2018), o conceito de Responsabilidade Social sofreu várias transformações ao decorrer dos últimos dois séculos. No início da década de 50, a Responsabilidade Social era apenas entendida no âmbito financeiro das organizações. Esse foi considerado o período com forte influência do economista Friedman, com o peso do prêmio Nobel de economia, afirmava que as empresas tinham como sua principal preocupação a maximização dos lucro e cumprimento das leis e que Responsabilidade Social (RES) é função do governo e não das empresas privadas (SERRANO et al., 2017).

Conforme Battagello (2013), foi a partir do ano de 1950 que o conceito de RES foi tornando-se filantrópico, ou seja, a ideia que a empresa deveria assumir o compromisso junto a sociedade. Mas, o marco para RES se deu com a obra publicada de Bowen em 1953, *Social Responsibilities of Businessman*, na qual retrata que homens com o poder no meio executivo têm um papel de influenciar seus agentes de forma positiva e não apenas ao foco do lucro da empresa (CARROL, 1991).

Apenas depois da década de 50, com a pressão da sociedade sobre o governo cobrando resultados sobre as consequências causadas pela industrialização a responsabilidade social possuía um conceito voltado mais para o social. (PIOLI; ROUPP, 2018). Ashley (2006) também afirma que a RES assumiu um papel de resposta por parte das empresas que sofreram críticas em relação às suas ações na época e tentam novamente firmar compromissos que se adequem às novas condições econômicas.

Já na década de 60, as empresas começam a assumir que suas ações afetam de diversas maneiras o social, além de que foi nesta década que a Responsabilidade Social se tornou Responsabilidade Social Corporativa, já que passou de algo individual para algo mais amplo (MACÊDO, 2010). Na década de 60, foi onde começou vários movimentos de reivindicação de direitos civis e com consequências dessas manifestações também foram exigidos que as empresas contribuíssem mais com o social, então a partir da a RES adquiriu conceitos mais concretos de que as empresas devem se preocupar além das atividades primárias mas também com aqueles envolvidos na sua empresa (BATTAGELLO, 2013).

A partir da década de 70, a RSC tornou-se mais parecida com o conceito que hoje é mais conhecido, pois foi associado às ações éticas que as empresas exerciam. Ao contrário da década de 70, que REC era apenas como uma forma de amenizar a pressão, na década de 70 as empresas com práticas reais de RSC eram bem vistas (MACÊDO, 2010). Para Battagello (2013), a década de 70 foi marcada pela contradição de interesses da empresa e qual seria a lucratividade das empresas em cederem uma parte de seus lucros para ajudarem seus agentes externos.

No Brasil, começou a se falar em Responsabilidade Social Corporativa na década de 70 com o surgimento da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), que é uma entendida de empresários cristãos, que tem seus princípios sociais baseados na igreja, e que começaram a falar sobre o balanço social. Esse foi um marco para o início da discussão e relevância da RES nas empresas brasileiras (ASHLEY, 2006).

Na década de 80, a RSC foi marcada pelo surgimento de temas alternativos, como, políticas públicas, ética empresarial e gestão dos seus *stakeholders*. Mas principalmente pelo Modelo de Performasse Social Corporativa, cujo modelo criado por Carrol (1991) tenta unir dois objetivos em comum da RSC que são as questões sociais e a responsividade social, além disso também tem os estudos empíricos que tenta conciliar a RSC com o financeiro (BATTAGELLO, 2013). Macêdo (2010) concorda que a RSC na década de 80 abrange variados temas como, políticas públicas, ética empresarial, desempenho social e gestão dos *stakeholders* e que isso ajudou a tornar-se mais sólida a gestão da RSC ligada a finanças.

O conceito foi sendo modificado com o passar dos anos e por dias atuais—a Responsabilidade Social está ligada diretamente com as atividades que a empresa exerce, sendo elas na produção dos seus bens ou serviços ou nas suas políticas internas, mas que seu comportamento reflete diretamente nos seus *stakeholders* (ASHLEY, 2006). Sousa (2018), também afirma que a responsabilidade social teve seu conceito concretizado nos anos de 1990, e hoje a RSC está comprometida com seus negócios, porém existe a preocupação com suas ações e de que formas elas atinge seus *stakeholders* além do cumprimento das leis e da geração de lucro e também está ligada diretamente com a sustentabilidade não apenas com social.

Balzzan e Schafrath (2013), expressam que a responsabilidade social e a sustentabilidade devem estar presentes nas práticas de gestão, apesar dos desafios. E a responsabilidade social, como um agente social e econômico, deve estar aplicada na estrutura organizacional da empresa do operacional ao estratégico e não ser utilizada apenas como uma forma de marketing. Para Andrade e Macareno (2009), a RSC está ligada diretamente com a relação ética que a empresa transparece aos seus *stakeholders* e como eles ajudam o desenvolvimento sustentável dos recursos ambientais e culturais para as gerações futuras.

A RSC por englobar vários setores de uma empresa e atingir de várias formas seus *stakeholders* também pode assumir características distintas, ou seja, a empresa que aderir a RSC tem seus próprios aspectos. O objetivo deste trabalho sendo investigar a dimensão de Responsabilidade Social Corporativa adotada na empresa Efeito Têxtil parte do princípio que é necessário o conhecimento das dimensões da RSC em que a empresa se enquadra. O tópico

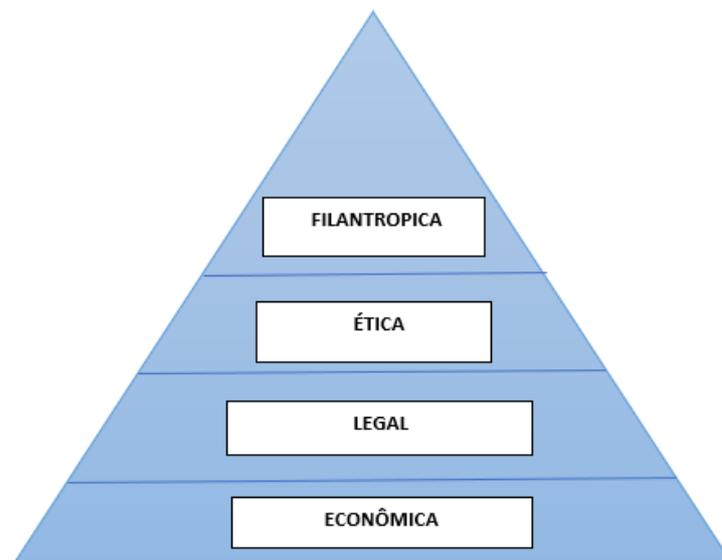
a seguir irá definir essas dimensões que auxiliará na identificação em que a empresa melhor se enquadra.

2.1.1 Dimensões da Responsabilidade Social Corporativa

Para Carrol (1991), um dos maiores dilemas enfrentados pela RSC é a conciliação da situação econômica com sua situação social. No início da década de 30, quando começou a se falar sobre responsabilidade das empresas, seu principal foco era apenas o retorno financeiro para seus acionistas, foi então pelas leis da natureza que o homem deveria se adaptar, mas apenas nos de 1970 que esse tema tornou-se realmente concreto.

Carrol (1991) percebeu que a maior parte das empresas negligenciava a RSC pelo fato de o lucro não ser seu principal objetivo, porém a geração de riqueza da empresa junto com a promoção de benefícios sociais para seus *stakeholders* é o que define uma empresa responsável socialmente. Para Carrol (1991) a RSC é definida em quatro dimensões diferentes, divididas numa pirâmide, pois a primeira dimensão é a base para segunda, e assim sucessivamente, assim como é apresentado a figura 1:

Figura 1: Pirâmide de Carrol (1991)



Fonte: Carrol (1991)

A pirâmide de Carrol (1991) tem como sua base a responsabilidade econômica, pois originalmente as empresas foram criadas para suprir as necessidades de seus consumidores e no processo o lucro surgido era o aceitável, porém em algum momento da história o lucro acabou tornando-se o principal foco. Andrade e Macareno (2009), agregam também que o lucro gera o retorno em investimento de recursos nas atividades da empresa e acarreta o seu crescimento e, conseqüentemente, leva um certo valor para sociedade.

Nos anos de 1970 com surgimento de órgãos de proteção ao meio ambiente e pressão popular sobre as empresas e o governo foram surgindo legislações que assegurasse a integridade social e ambiental. Então, a segunda dimensão é a responsabilidade legal. Carrol (1991), afirma que a sociedade espera da empresa não apenas o ganho de lucro, mas também que cumpra a legislação estabelecida. Ou seja, espera-se que as empresas cumpram com o seu papel econômico do mesmo modo que obedeçam às exigências legais (CURI; NASCIMENTO, 2013).

A dimensão da responsabilidade ética é a prática que a empresa realiza independentemente de serem ou não esperadas pela sociedade. Embora na responsabilidade econômica e legal usem os princípios éticos sobre justiça. A ética também pode ser vista incorporando normas da sociedade e se espera dos negócios essas atitudes e que estas normas muitas vezes refletem como leis, e por isso é intimamente ligada a responsabilidade legal (CARROL, 1991). Já Curi e Nascimento (2013), acreditam que a responsabilidade social são as atividades que são esperadas acima das leis.

A última dimensão é a responsabilidade filantrópica ou discricionária onde Carrol (1991) afirma em que as empresas se tornam boas cidadãs corporativas. E isso significa que é a empresa que está ativamente engajada em projetos sociais que promovam o bem-estar, como por exemplo, contribuição com recursos financeiros para artes ou educação na comunidade. Andrade e Macareno (2009) defendem que a dimensão filantrópica é a atuação ativa das empresas em áreas sociais e ambientais e ser voluntário nestas ações, ou seja, independentemente do que a sociedade, economia e leis exigem (CURI; NASCIMENTO, 2013).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto aos fins, a pesquisa é classificada como exploratória, pois sua principal característica tem domínio da problemática e facilidade em deixá-la de forma que envolve na sua grande maioria o levantamento de dados através de dados bibliográficos, e entrevistas com pessoas que possuem experiência com o tal problema e exemplos práticos a serem analisados (GERHARDT; SILVEIRA, 2010). Para Macêdo (2010), a pesquisa exploratória ajuda na sondagem de dados necessários para o melhoramento da compreensão do problema da pesquisa, além de serem comuns a adoção de dados bibliográficos, entrevistas e de estudo de caso

Enquanto sua abordagem, o trabalho é qualitativo. A pesquisa qualitativa tem como aspecto determinar a complexidade do problema e buscar sua compreensão e tem como seu diferencial a utilização de técnicas de pesquisa para analisar com profundidade o objeto de estudo (DALFAVO et al., 2008). Em contrapartida, Gerhardt e Silveira (2010), corroboram que a pesquisa qualitativa não se preocupa com dados numéricos e são centradas no entendimento e explicação dos fenômenos podendo ser eles sociais ou de uma organização.

Quanto aos meios de pesquisa foi utilizado a bibliográfica, como base para aquisição do conhecimento base. De acordo com Gil (2002), é algo fundamental para a elaboração de uma pesquisa e é constituída principalmente de artigos científicos e livros e sua acessibilidade a eles. Conforme Gerhardt e Silveira (2010), que a pesquisa bibliográfica é realizada com dados já analisados e que qualquer trabalho científico se inicia com ela, pois tem-se a necessidade de conhecer o assunto estudado.

Também foi utilizado como meio de pesquisa o estudo de caso. Pois existe um nível de complexidade em relação ao entendimento das tomadas de decisões que são influenciadas pelos tipos de responsabilidade do gestor na empresa. O estudo de caso é um artifício de técnica metodológica que combina entrevistas com análises de registros e tem como objetivo o entendimento de processos específico e perspectivas múltiplas de determinada situação (COOPER; SCHILNDLER, 2016).

O principal método de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada. Já que segundo Cooper e Schilndler (2016), a entrevista é o dispositivo básico na pesquisa qualitativa. A entrevista pode ser classificada em três tipos: estruturada, semiestruturada e não estruturada. Foi escolhido para esta pesquisa a entrevista semiestruturada, pois este tipo de entrevista inicia-se com uma introdução do conteúdo e das hipóteses para o entrevistado, logo em

seguida o entrevistado acrescenta inúmeras informações que podem ser analisadas pelo pesquisador (MACÊDO, 2010). A entrevista semiestruturada foi realizada na empresa Efeito Têxtil as perguntas foram direcionadas a identificar a dimensão de RSC. Os seus respondentes foram três funcionários entrevistado 01, 02 e 03; dois gerentes, entrevistados 04 e 05 e o dono da empresa, entrevistado 06..

O *locus* da pesquisa foi a empresa Efeito Têxtil, localizada no município de Jardim de Piranhas, sertão do estado do Rio Grande do Norte. O ramo de atividade é o têxtil, o foco da empresa é a confecção de tolhas de banho e rosto, pano de prato, pano de chão, flanela, e tapetes para banheiro, casa e cozinha e é composta por 55 funcionários.

A análise dos dados foi através do método de análise de conteúdo, já que é uma técnica objetiva de analisar a comunicação que busca através das informações fornecidas pelos detalhes mediante a descrição e a interpretação do conteúdo, ou seja, não é uma análise feita apenas pelo texto por si só, mas também identificar intenções, e adicionar conteúdo de comunicação com variáveis a análise de conteúdo é dívida em três etapas: coleta de material a ser analisado, descrição analítica e por último a interpretação inferencial (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Cada dimensão da RSC possui características distintas em que cada empresa pode se enquadrar conforme os métodos de gestão e suas influências. Na empresa Efeito Têxtil conforme os indicadores criados por Carrol em 1991 a empresa melhor se enquadra na dimensão ética. A pesquisa foi realizada nos três níveis que compõe a organização: o operacional, tático e estratégica.

No nível operacional nota-se que existe uma falta de conhecimento do que seria uma empresa com RSC, porém quando foi questionado sobre as atividades da empresa fica evidente que eles se baseiam de forma ética em relação as suas práticas na produção dos seus produtos, principalmente focando em relação ao desperdício. O entrevistado 1 afirma: “Aqui é bem focado sobre a questão do ambiente. Aqui eles não gostam de desperdiçar nada e sempre procuram fazer um novo produto para não desperdiçar matéria prima”.

Nas informações dadas pelos entrevistados observa-se que existe normas corporativas éticas, por exemplo, a reciclagem dos resíduos, em relação aos seus produtos e aos impactos. Existe a preocupação com o meio ambiente, mas também com seus colegas de trabalhos e suas relações de hierarquia. Dentro da empresa pode perceber que existe uma preocupação com seus colaboradores e é reconhecida pelos próprios funcionários. O entrevistado se é realizada a pergunta O que senhor (a) acha que é uma empresa responsável socialmente? O entrevistado 02 afirma:

A daqui é né porque aqui o chefe ele não quer que a gente suje o meio ambiente as coisas aqui são recolhidas para colocar no conta que não suje o meio ambiente o resto de fios e tecidos ele procura sempre um canto para colocar para não sujar o meio ambiente e ... aqui é bom por que pensa nos direito da gente são todos legais e toda empresa é legal, tem empresa que não é, mas a daqui é (E02, p. 01).

Os entrevistados do nível tático possuem funções distintas o que leva a perspectiva de cada um conforme o seu setor. O entrevistado 04 afirma que o capital humano da empresa tem que ser valorizado, apesar de acreditar que toda empresa tenha como seu objetivo a obtenção de lucro, mas que isso não significa que o colaborador deva ser explorado. Um dos indicadores de Carrol (1991) sobre a dimensão ética é a importância de reconhecer que o

comportamento ético de uma empresa vai além das conformidades das leis e regulamentos. O entrevistado 04 afirma:

[...]as relações interpessoais são algo flexível, então além de você cumprir com a legislação você também tem uma relação de flexibilidade com seu trabalhador. As vezes eles estão passando por alguma necessidade e aí empresa tem que ter também ser sensível e tentar entender os problemas do seu trabalhador e tentar ajudá-los a superar esses problemas (E04, p. 01).

O entrevistado 05 corrobora com entrevistado 04, que ocupam cargos na gerência, sobre a valorização do colaborador e as relações hierárquicas. Mas também foi identificado através da fala do entrevistado 05 sobre o papel da empresa em relação a ações sociais e sua imagem. Quando questionado se a empresa realizava algum tipo de ação social, foi dito que existia ações sociais realizadas, porém não são atreladas diretamente ao nome da empresa porque aquelas ações não seriam bem vistas, pois foi entendido na fala do entrevistado 05 que as outras empresas que fazem parceria possivelmente iriam entrar em conflito e pensando nisso a empresa não realizava divulgação. E segundo Carrol (1991) é de grande importância o reconhecimento das normas morais éticas na sociedade em que a empresa está inserida.

E na fala do entrevistado 06 valida com sua afirmação, “É verdade não uso o nome da empresa não gosto. A cidade é pequena muitas vezes a cidade conduz para você aparecer mais que o outro. Então eu prefiro aparecer no anonimato é mais fácil trabalho, mediante pelas igrejas acho mais fácil fazer calado”.

Enquanto o estratégico assume que a empresa tem um conceito perante ao desenvolvimento dela numa região do sertão e que apesar das adversidades do território e do clima, por causa da falta d’água, conseguiu progredir, então concluiu que ter uma empresa que ajudou a desenvolver a região, logo poderia utilizar a empresa a fazer muito mais por seus colaboradores e com a consciência da utilização da água no seu meio de produção.

[..]Ela não tem o mesmo conceito que uma Coca-Cola a minha empresa está localizada no semiárido, numa região que teoricamente ela é inabitável há algumas décadas passadas, então eu estou em uma região localizada a mais de 300 km da capital do meu Estado, numa região de desertificação, onde os municípios semelhantes ao meu pouco tem de absorver uma ocupação para aquela cidade, na minha cidade, no meu entender: uma empresa que começa com fundo de quintal, onde ela já começa segurando emprego para sua família como base, como sua esposa e seus filhos, e se você tiver condição de abrigar para seus primos e parentes. Eu acredito que está contribuindo imensamente para o meio social (E06, p.01)

Contudo, no decorrer da entrevista foi notado que a empresa possui um objetivo de médio prazo de fabricar 100% de seus produtos sem água e de longo prazo promover ações beneficentes no bairro onde a empresa está localizada tanto para seus colaboradores quanto para as pessoas que vivem naquela região. A empresa há alguns anos conseguiu realizar algumas ações sociais através do esporte, como criação de torneios de futebol, contudo, com a instabilidade da economia brasileira consequentemente o faturamento da empresa diminuiu então estas ações deixaram de ser praticadas.

Os pontos apresentados nas falas dos entrevistados mostraram que a empresa se enquadra melhor na dimensão ética, pois a maioria da estrutura organizacional afirma que apesar da empresa cumprir com suas obrigações legais, ela consegue ajudar os seus funcionários e ainda tem uma visão ecologicamente correta, é influenciada pelas normas morais adotadas pela sociedade, existe uma integridade corporativista embutida nas atividades e ações da empresa e realiza as expectativas de maneira consciente da sociedade em seus costumes e normas.

Foi notado que a dimensão da RSC ética influencia diretamente na gestão da empresa, principalmente na produção. Com a seca na região do sertão do Rio Grande Norte a alguns anos a empresa percebeu que era necessário a adaptação dos seus produtos em relação a falta de água, mas também como este planejamento poderia impactar o futuro da empresa e do meio ambiente em que ela está inserida.

[...] por questão de oportunidade, questão de estratégia, questão de custo, questão também de responsabilidade social é a gente trabalha [...], já que essas falhas ocasionam também o desperdício então nós temos uma boa eficiência no nosso maquinário que nos permite diminuir o nosso desperdício e o pouco do nosso desperdício tentamos reaproveitar internamente [...] desenvolvendo novos produtos através desse desperdício ou ainda incorporando ele no nosso processo produtivo outra questão também é que nossa matéria prima principal que é o fio muita parte do nosso fio é desfibrado que é um fio de reaproveitamento que as fiações vão pegar vários retalhos branco ou colorido vai ser um processo de desfibramento desses retalhos e daí é feito um novo (E04, p. 02).

A empresa informa que um de seus objetivos é eliminar da produção de seus produtos a água. Apesar da reutilização dos fios e máximo do reaproveitamento do desperdício tem vários pontos positivos neste método de produção e um deles foram os custos. Os gastos na confecção foram reduzidos gradativamente tanto na economia de água como na matéria principal, além da possibilidade da criação de novos produtos a partir dos fios desfibrados e a contribuição para o meio ambiente.

Além, de tentar realizar uma produção com material reutilizável e sem adição de água os colaboradores são parte essencial da empresa. A maioria dos entrevistados reconhece a valorização do colaborador na empresa. O entrevistado 04 afirma ter que assegurar o bom funcionamento da empresa e boa relação com seus funcionários e que isso é reconhecida pela chefia da empresa, afirmando que:

valorização do trabalhador [...] tem um histórico de superação de vir de baixo e de vir galgando de camada a camada socialmente então ele sabe ele reconhece o esforço o que é você está trabalhando no começo e isso transmitiu muito para mim e também aprendi isso na faculdade então uma coisa completou com a outra. (E04, p. 1-2).

Para Andrade e Macareno (2009), a RSC está diretamente ligada as ações dos gestores da empresa e suas ligações com o ambiente em que eles convivem do que para elas o que é certo ou errado. Para Carrol (1991), a empresa nunca deixou de cumprir seu principal objetivo na sociedade, que é a geração de riqueza e de emprego, por estar razão existe pirâmide e a dimensão econômica é a base e conforme vai surgindo necessidades da sociedade e da empresa, novas características vão surgindo e tem-se uma elevação de nível. A empresa Efeito Têxtil, através dos dados coletados da entrevista assumiram características da dimensão da ética na pirâmide de Carrol.

5. CONCLUSÃO

Com este trabalho pode-se concluir que a dimensão que melhor se enquadra na empresa Efeito Têxtil é a dimensão da ética. As organizações hoje têm um papel fundamental na sociedade, apesar de muitos estudiosos e até mesmo gestores acreditarem que a empresa gerando renda e emprego já é o suficiente para cumprir com seus deveres. Porém com os impactos negativos gerados pela indústria, sendo eles ambientais e sociais, cabe ao corpo técnico da própria indústria se conscientizar pelos donos e tentar amenizá-los dentro da

empresa com modelos de gestão responsáveis ou promovendo ações que ajudem atenuar esses impactos.

A RSC possui uma série de características distintas e que se enquadra em quatro dimensões: econômica, legal ética e discricionária, e que estão interligadas entre si. A empresa no seu início visava apenas o seu desenvolvimento e estabilidade, além da geração de emprego e lucro depois começa a tornar-se mais consciente em relação as suas obrigações como uma empresa cidadã, sendo ela influenciadas por novas premissas impostas pela sociedade, cultura, valores éticos e morais então a empresa vai tornando-se cada vez mais sensível as práticas de RSC.

Então os valores éticos e morais da empresa junto as necessidades surgidas no meio em que ela está inserida criou novas estratégias em sua gestão para conseguir suprir as expectativas esperadas e contribuir com a conservação do meio ambiente com práticas de reutilização e reciclagem, além de trazer melhores condições de trabalho e melhor relações com seus colaboradores.

Este trabalho, foi realizado em uma única empresa de pequeno porte com a estrutura organizacional dela, e isto pode ser o seu fator limitante, pois na região existe um polo da indústria têxtil, além de como a RSC influencia não apenas internamente empresa, mas também todos seus *stakeholders* o que pode levar uma pesquisa com comparação de várias empresas no ramo têxtil e também a os impactos da RSC.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Daniela; MACARENO, Isabel. **Responsabilidade Social e Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável: a dimensão comunicacional**. XXXII Congresso Brasileiro de Comunicação. Curitiba ITERCON, 2009.

ASHLEY, Patricia Almeida. **Ética e Responsabilidade Social nos negócios**. 2º edição. São Paulo: Saraiva, 2006.340.

BALZZAN, Jaqueline; SCHAFFRATH, Evaldo. Empreendedorismo Social: um estudo sobre os impactos das ações de responsabilidade social da Rede Zarpellon na comunidade Videirense. **Unoesc & Ciência-ACSA**, v. 4, n. 1, p. 53-66, 2013.

BATTAGELLO, Ligia Antônio. **Responsabilidade Social Empresarial de Parcerias Sociais: modelo relacional e estudo de caso**. P. 81, 2013. Dissertação de Mestrado (Gestão Internacional). Fundação Getúlio Vargas escola de Administração, São Paulo. 2013.

BEZERRA, Maria do Carmo de Lima et al. Gestão dos Recursos Naturais: subsídios à elaboração da Agenda 21 brasileira. Brasília: Ministério do Meio Ambiente; Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. **Consórcio TC/BR/Funatura**, 2000.

CARROL, B. Archie. **The Pyramid of Corporate Social Responsibility: toward the moral managementof organizational stakeholders**, Business Horizons, July-August 1991.

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. 12º ed. Porto Alegre. Editora Ltda e McGraw-hill Education, 2016

DALFAVO, Michel Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**. Blumenau, v.2. n.4, p. 01-13. Sem II, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, v. 5, 2002.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. 1º edição. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 2009.

JOSEPH, Gabriel Paes Almeida; FELSBURG, Annelise Vendramini; IAGARI, Alexandre Toshio. A influência positiva da responsabilidade social corporativa no comportamento de consumidores: uma meta-análise. **Revista de Gestão Social e Ambiental**. São Paulo, v. 12, n.1, p.00-00, 2018.

MACÊDO, Nívea Marcela M. Nascimento. **Diagnóstico das preocupações de responsabilidade social empresarial a partir do modelo tridimensional de performance social**: caso de uma empresa do setor têxtil. 2010. 201f. Dissertação de mestrado engenharia de produção – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB. 2010.

MELLO, Mario Fernando; MELLO, Arthur Zazo. Uma análise das práticas de responsabilidade social e sustentabilidade como estratégia de empresas industriais do setor moveleiro: um estudo de caso. **Gestão Produção**. v. 25, n.1, p. 81-93, 2018
THEÓPHILO, Carlos Renato; MARTINS, Gilberto de Andrade. Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. **São Paulo: Atlas**. 2009.

NASCIMENTO, JML; CURI, R. C. A interface da responsabilidade social na gestão de recursos naturais. **Gestão sustentável dos recursos naturais: uma abordagem participativa**. Campina Grande: EDUEPB, p. 173-192, 2013.

PIOLI, Testoni; LEOSI, Barla; MAURY RAUPP, Fabiano. responsabilidade social, certificações e cadeia têxtil: evidências empíricas a partir da percepção de gestores de micro e pequenas empresas. **Amazônia, Organizações E Sustentabilidade**, v. 7, n. 1, p. 23-40. 2018.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2006.

SERRANO, André Luiz Marques; PANSANI, Daniel; SANTANA, Grazielle; FRANCO, Vithor Rosa. A influência positiva da responsabilidade social corporativa no comportamento do consumidor: uma meta-análise. **Revista Gestão Organizacional**. v.10, n.2, 2018.

SOUSA, Walter Souto. Estratégias de Responsabilidade Social Corporativa e a Confiança Percebida. **Revista Gestão & Conexões**, v. 8, n. 1, p. 43-63, 2018.

APÊNDICE A – GUIA DE ENTREVISTA

1. Agradecimento ao entrevistado
2. Comentários sobre a pesquisa
 - Instituição de pesquisa: UEPB
 - Sujeitos da pesquisa: estrutura organizacional da empresa Efeito Têxtil
 - Relevância da pesquisa: Identificar a dimensão de Responsabilidade Social Corporativa
3. Explicação do uso das informações
 - Os procedimentos adotados na pesquisa asseguram meios confidenciais e privacidade; não estigmatização; utilização das informações em benefícios de pessoas ou entidades; respeito aos valores culturais, morais, religiosos e éticos dos sujeitos da pesquisa.
 - Garantia da inexistência de conflito de interesses entre pesquisador e os sujeitos da pesquisa

QUESTÕES

Identificar as dimensões da RSC

- 1- O que senhor (a) acha que é uma empresa responsável socialmente?
- 2- Qual é o principal objetivo da empresa?
- 3- O cumprimento da legislação é o suficiente para caracterizar a empresa como responsável socialmente?
- 4- Na empresa o senhor (a) tenta seguir algum código de conduta? Qual? De onde surgiu?
- 5- A empresa promove algum tipo de ação social? Externa ou interna? Quais são?

ESTRATÉGICO

- 1- A empresa segue algum tipo de princípio?
- 2- o senhor (a) já pensou, em algum momento, amenizar os impactos negativos seja eles sociais ou ambientais através da gestão da empresa?
- 3- Quais as principais estratégias utilizadas que o senhor considera responsável socialmente e ecologicamente corretas? Quais os setores que são praticados essas estratégias?

TÁTICO

- 1- A empresa segue algum tipo de princípio?
- 2- o senhor (a) já pensou, em algum momento, amenizar os impactos negativos seja eles sociais ou ambientais através da gestão da empresa?

OPERACIONAL

- 1- A empresa segue algum tipo de valor?
- 2- Quando são designadas ordens para serem exercidas, o senhor (a) já refletiu se aquela ação poderia prejudicar de alguma maneira o meio ambiente?
- 3- O senhor (a), já tentou, de alguma maneira ,trazer informações em algum processo ou ação que poderia melhorar o ambiente onde trabalha e fora do trabalho?

AGRADECIMENTOS

À Paula Valéria, pelo suporte e amizade e que participou na minha jornada dentro da universidade.

À Normando Leal, Anna Luíza e Nathália Lima, pelo companheirismo desde o início da graduação e principalmente pela amizade que será de toda uma vida.

À Natan, pela paciência e amor.

Principalmente ao corpo docente do curso de Administração que conseguiu agregar não apenas conhecimento técnicos, mas experiências para uma vida inteira.

Aos meus pais, por me permitirem realizar um sonho de ter uma graduação de ensino superior.

E a Deus, por tudo.