



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

GISELDA AIRES DE FARIAS

**IDENTIFICAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA
NO POLO CALÇADISTA DE CAMPINA GRANDE, PARAÍBA.**

CAMPINA GRANDE – PB

2018

GISELDA AIRES DE FARIAS

**IDENTIFICAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO POLO
CALÇADISTA DE CAMPINA GRANDE, PARAÍBA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a academia do Departamento do Curso de Ciências Contábeis, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Msc. Gilberto Franco de Lima Junior

CAMPINA GRANDE – PB

2018

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.

F224i Farias, Giselda Aires de.
Identificação da responsabilidade social corporativa no polo calçadista de Campina Grande, Paraíba [manuscrito] : / Giselda Aires de Farias. - 2018.
24 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.

"Orientação : Prof. Me. Gilberto Franco de Lima Junior, Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCSA."

1. Responsabilidade social. 2. Organizações. 3. Setor Calçadista. 4. Responsabilidade corporativa. 5. Empresa.

21. ed. CDD 658.408

2018

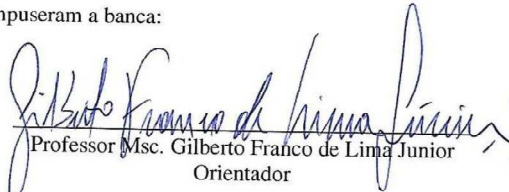
GISELDA AIRES DE FARIAS

**IDENTIFICAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO POLO
CALÇADISTA DE CAMPINA GRANDE, PARAÍBA.**

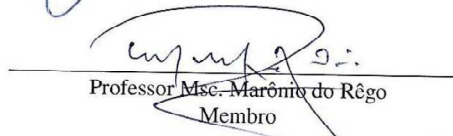
Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sendo aprovado em sua forma final.

Aprovada em: 04 de Junho de 2018.

Professores que compuseram a banca:


Professor Msc. Gilberto Franco de Lima Junior
Orientador


Professor Msc. José Humberto do Nascimento Cruz
Membro


Professor Msc. Marônio do Rêgo
Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por permitir que chegasse até aqui, mesmo diante todas as dificuldades, aos meus pais por todos os esforços para me dar uma boa educação e pelo amor incondicional, aos meus queridos irmãos, ao meu esposo por todo apoio e paciência, aos meus amigos por todo incentivo, ao meu orientador Gilberto por toda instrução, a todos os grandes mestres que passaram um pouco do seu conhecimento para mim e aos meus colegas de sala pelo companherismo durante a graduação.

RESUMO

Esta investigação teve como objetivo principal identificar se as empresas do polo calçadista de Campina Grande, PB têm adotados ações mitigadores por meio da Responsabilidade Social Corporativa. Caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e exploratória, têm como amostra 20 empresas, o que representa 50% do universo das empresas de couro calçadista na cidade supra citada, o questionário foi criado pelo autor do presente artigo e constitui-se de 14 itens, as questões foram analisadas através de uma escala *likert*, avaliando a percepção dos gestores das organizações, quanto a sua concordância total, discordância total ou sua indiferença quanto as questões relacionadas a RSC. Os resultados permitem inferir que a maior parte das pequenas e médias empresas do polo calçadista praticam tais ações, e observam que isso traz um diferencial para sua empresa, porém foi analisado que não existe uma identificação e uma divulgação objetiva dessas práticas.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Corporativa. Organizações. Calçadista.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	8
2.	OBJETIVOS	10
2.1	GERAL	10
2.2	ESPECÍFICOS.....	10
3.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
3.1	CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DA RSC.....	11
3.2	POLO CALÇADISTA EM CAMPINA GRANDE.....	13
4.	METODOLOGIA	15
5.	RESULTADOS E DISCUSSÕES	16
6.	CONCLUSÃO	19
7.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21
	APÊNDICE	24

1. INTRODUÇÃO

O problema da poluição ambiental tem caráter mundial, sem precedentes iguais. Identificado na Revolução Industrial, a questão ganha mais força com a explosão populacional humana e é impulsionada ainda mais pelo modelo socioeconômico e cultural vigente (Souza et al. 2013).

Para tanto, as empresas possuem um papel social como agente mitigador destes impactos sociais e ambiental, deste modo, as empresas desenvolvem programas que integram os empregados, serviços públicos, comunidade e a questão ambiental. Diante das preocupações da sociedade com o meio ambiente, as empresas estão aumentando as práticas nas divulgações de suas informações relacionadas ao meio ambiente, a gestão ambiental auxilia as organizações em diversos aspectos e demonstram as pessoas interessadas transparência nas suas informações.

Segundo o Instituto Ethos (2012) a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

As práticas de RSC são retratadas na literatura como indicadores que aumentam o desempenho econômico e financeiro das empresas, atuam diretamente na agregação de valor das organizações, bem como fazem um marketing atraindo boas referências das mesmas.

No contexto da contabilidade, tem-se a Contabilidade Ambiental, que como afirmam Lima e colaboradores (2012) é um ramo da Ciência Contábil relativamente novo que tem como objeto o conjunto de bens, direitos e obrigações ambientais, isto é, o patrimônio ambiental, e tem por objetivo fornecer informações aos mais diversos usuários sobre os eventos ambientais que alteram a situação do patrimônio.

Neste contexto, a pesquisa tem foco na indústria de calçados, mais precisamente no Polo Calçadista de Campina Grande – PB, ao perceber um crescimento considerável ao longo dos anos, obtendo uma elevada participação na economia do município, o que remete para a necessidade em se realizar estudos voltados para análise da existência de práticas sociais e ambientais, além da econômica (Barros et al. 2010).

O Setor couro-calçadista enfrenta sérios problemas em relação ao grande potencial gerador de impacto ambiental causado pela geração de resíduos. Em função da quantidade

gerada, dificuldades na gestão e disposição final, o setor tem um grande desafio: promover seu desenvolvimento sustentável e com menor impacto ao meio ambiente (Souza et al. 2010).

Bertoncello e Chang Júnior (2007) afirmam que o crescente aumento da complexidade dos negócios, o avanço de novas tecnologias, o incremento da produtividade levou a um aumento significativo da competitividade entre as empresas e, desta forma, elas tendem a investir mais em processos de gestão de forma a obter diferenciais competitivos. Entretanto, as desigualdades sociais e o desequilíbrio ambiental, forçam a economia a repensar o desenvolvimento econômico de forma mais sustentável.

Além disso, o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas e, portanto deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas que passem por soluções ambientalmente sustentáveis, socialmente corretas e economicamente viáveis (Lewis, 2003).

Considerando as informações supracitadas, esta pesquisa parte da questão problema: De que maneiras as empresas calçadista de Campina Grande, PB colocam em prática a RSC?

Nesta perspectiva, justifica-se pela necessidade de identificar se as empresas do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba, têm adotado ações mitigadoras por meio da Responsabilidade Social Corporativa, tendo em vista que nos dias atuais práticas de RSC fazem um diferencial nas organizações por se tratarem de empresas responsáveis e preocupadas com o meio ambiente.

Além disso, devido à necessidade de se evidenciar informações sobre a interação da empresa com o meio ambiente, a Contabilidade, por ser um instrumento gerador de informações, passou a ser utilizada como veículo de comunicação entre a empresa e a sociedade (LIMA, 2012).

Levando em consideração os assuntos supracitados, esta pesquisa tem como objetivo identificar as ações de RSC das empresas do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba, voltadas as práticas ambientais que mitigam os impactos do segmento.

2. OBJETIVOS

2.1. GERAL

Identificar se as empresas do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba, têm adotado ações mitigadoras por meio da Responsabilidade Social Corporativa.

2.2. ESPECÍFICOS

- Analisar quais as práticas de RSC que estão sendo adotadas pelas empresas;
- Relatar qual a importância que as empresas estão dando para tais práticas;
- Observar se tais práticas estão sendo divulgadas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.3. CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DA RSC

As profundas mudanças que o mundo dos negócios tem passado nos últimos tempos vêm exigindo das empresas uma maior interação com a sociedade e uma postura integradora entre o ambiente interno e externo, tornando a discussão a cerca da responsabilidade social das organizações cada vez mais significativo (VASCONCELOS et al., 2013).

A responsabilidade social Corporativa é o compromisso de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável trabalhando em conjunto com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida de forma que seja bom tanto para as empresas como para o desenvolvimento.

Como as organizações detêm um grande capital financeiro e humano, elas têm um papel fundamental na responsabilidade social, uma vez que têm muitos stakeholders, com isso consegue muitas pessoas para atingir o objetivo, e assim ser exemplo para a sociedade uma vez que a mesma é a maior detentora da poluição e do consumo excessivo da natureza.

Ao assumir a responsabilidade social a empresa desenvolve um melhor relacionamento com seus funcionários e com a sociedade uma vez que a mesma está devolvendo ao meio ambiente um pouco do que a mesma retirou.

Para Barbosa (2001), considera que as empresas estão cada vez mais se tornando comunidades autossuficientes e se apoia em duas teses: as empresas são as mais importantes instituições do mundo contemporâneo e estão se transformando em instituições totais. Assim, as empresas estão transformando a vida humana, em seu aspecto mais íntimo.

De acordo com Almeida (2002), uma empresa para ser sustentável deve buscar em todas as suas ações e decisões a ecoeficiência, procurando produzir mais e com melhor qualidade gerando menos poluição e utilizando menos recursos naturais. A empresa que é partidária dos princípios da sustentabilidade deve ainda ser socialmente responsável, assumindo que está imersa num ambiente social em que influi ao mesmo tempo em que sofre influência. A motivação dos líderes empresariais deve ser respaldada numa visão de longo prazo, em que se leve em consideração os custos futuros e não somente os custos presentes.

Os custos são um grande empecilho para pequenas e médias empresas pratiquem a RSC, muitas delas não querem assumir os custos a médio e longo prazo por isso acabam deixando de dar importância a essas práticas.

A contribuição para o desenvolvimento sustentável por parte das empresas, de acordo com Coral (2002) acontece quando há modificações nos sistemas produtivos adotados pelas empresas, tornando-os mais eficientes e com impactos não negativos no meio ambiente. Além disso, as empresas devem assumir o papel de recuperar as áreas degradadas e oferecer produtos e serviços que promovam a melhoria do desempenho ambiental dos consumidores.

De acordo Enriquez (1997, p.10), “[...] o ponto essencial a ser assinalado é que a empresa difunde uma visão do futuro social [...]. Ela se encarrega não somente do desenvolvimento econômico, mas também do seu desenvolvimento social, psicológico e cívico. Com isso podemos observar que também existe a necessidade de se atentar a RSC como uma prática vigente e muito importante, uma vez que existe um paradigma econômico, psicológico e social.

A RSC detém o desenvolvimento sustentável equilibra as dimensões econômicas, sociais e ambientais, com isso tem uma visão a longo prazo, sempre pensando em minimizar os danos ao meio ambiente, as empresas que utiliza tais práticas se destacam no mercado por serem empresas que se preocupam com a sustentabilidade.

Segundo (PORTER; 2006) a RSC deve ser considerada uma vantagem competitiva e de geração de valor para todas as partes. Entretanto, as ações de RSC, quando atreladas aos propósitos estratégicos das organizações, criam melhoria no conceito da empresa, possibilitando assim uma maior motivação para os seus funcionários, fornecedores e clientes. Com isso, proporcionam a criação de programas contemporâneos que possibilitam um melhor desempenho econômico, ao mesmo tempo que mantém o alinhamento com estratégias de desempenho ambiental e social.

Ao distinguir as obrigações de cada grupo, a empresa procura perceber como cada um deles afeta sua imagem, e estabelece as diretrizes para adquirir a confiança na organização (TURKER, 2009a; ALI et al., 2010; VLACHOS et al., 2010).

Muitas empresas se utilizam de tais práticas para fazer o marketing da empresa, o que de certa forma atraem clientes que valorizam as práticas sustentáveis. Podemos destacar interesse e crescimento onde os negócios empresariais passam a considerar as expectativas dos *stakeholders* em seus processos organizacionais, ou seja, quando as organizações se preocupam com o ponto de vista das pessoas que compõem a sua empresa.

De acordo com Turker (2009a) a RSC faz jus a comportamentos corporativos que influenciam os stakeholders positivamente e que vão além dos interesses econômicos da empresa. O autor defende ainda, “que as ações de RSC podem ser classificadas em quatro tipos, considerando grupos de interesse distintos: (1) stakeholders sociais e não sociais (RSA)

englobando ações voltadas para a sociedade, meio ambiente, gerações futuras e organizações não-governamentais. É um grupo formado por partes interessadas no negócio que não afetam ou são afetadas diretamente pela organização, apesar de se apresentarem muito importantes; (2) os empregados (RSE): com foco em ações voltadas para as condições de trabalho incluindo justiça, carreira, educação, remuneração, decisões justas, equilíbrio entre vida pessoal e profissional, bem como incentivo a práticas de voluntariado. Este é o grupo de grande importância pois a percepção das ações desenvolvidas além de afetar diretamente o empregado, seu resultado potencialmente gerará maior comprometimento e conseqüentemente maior disposição para pôr em prática as demais ações de responsabilidade social da empresa; (3) os consumidores (RSC): com ações que buscam a proteção dos direitos além dos legais, o fornecimento de informações sobre produtos e serviços, e a conseqüente satisfação do consumidor; e (4) o governo (RSG): com ações que identifiquem o cumprimento dos aspectos legais de forma completa e imediata.”

Quando uma organização demonstra esses níveis de práticas, influenciam de forma positiva seus funcionários, possivelmente os funcionários vão estar motivados e comprometidos com a organização e com esta missão e poderão colocar essas práticas no seu dia a dia.

3.2. POLO CALÇADISTA EM CAMPINA GRANDE

Segundo Cassiolato e Szapiro (2002) um sistema produtivo local é definido como uma aglomeração de fatores econômicos, políticos e sociais, que estão alocados em uma mesma localidade, e, com isso, associam-se e interagem de forma solidária, desenvolvem e difundem tecnologias e a partir dos quais os governos formam e praticam políticas com o objetivo de influenciar os processos.

A tipologia exposta por Cassiolato e Szapiro (2002), dá ênfase à territorialização, explicando que a mesma está relacionada a interdependências específicas da vida econômica muito além da simples localização. Segundo os autores, a territorialização envolve relações de dependência em relação a recursos localmente específicos, que podem incluir desde recursos característicos de determinada região, disponibilidade de trabalho especializado até as relações empresas-mercado. Uma atividade pode ser considerada de alta territorialidade quando sua viabilidade econômica está intimamente ligada a recursos que não estão disponíveis em outros lugares. Há também casos em que o grau de territorialização está fortemente ligado ao destino de sua produção.

No que diz respeito à matéria prima, o Brasil tem o maior rebanho de comercial bovino no mundo, sendo assim contribui para que ele seja um enorme potencial de indústria de calçados, artefatos de couros, indústria de curtume e de componentes para couro e calçados. Segundo dados da ABICALÇADOS – Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (ABICALÇADOS, 2010). é produzido cerca de 944 milhões de pares de calçados por ano, o setor é um dos que gera mais empregos no país.

O apogeu da indústria de calçados se deu no período que vai da 2ª Guerra Mundial até meados dos anos cinquenta (SANTOS, 2007). A Paraíba se consolida no mercado nacional de através de três regiões que detém a maior produção de calçados: João Pessoa, Campina Grande e Patos. Segundo dados históricos no ano de 1923 houve a implementação dessa industrialização em Campina Grande, esse setor se desenvolveu nesta cidade devido a ótima localização que a cidade tem.

Nos dias atuais a cidade de Campina Grande possui dois grupos distintos de produção, um grupo formado por micro e pequenas empresas de calçados formais e informais e outro formado pela única grande empresa da região. A maior parte das micro e pequenas empresas se encontram na periferia da cidade.

Campina Grande é sede da Federação das Indústrias da Paraíba (FIEP), do Sindicato da Indústria de Calçados (SINDICALÇADOS), das Universidades Federal de Campina Grande e Estadual da Paraíba, do Sistema SENAI-SESI-IEL, que mantém na cidade o Centro Tecnológico do Couro e Calçado Albano Franco (CTCC), sendo este único centro do Nordeste voltado especificamente para este tipo de atividade e o segundo melhor equipado do país, da Fundação Parque Tecnológico e de parte da rede nacional fomentada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), todas estas instituições localizadas na cidade fazem dela referência nacional no setor calçadista. Kehrle e Moutinho (2005) identificaram em estudo sobre a competitividade no setor que estas instituições apóiam e contribuem para a atividade de exportação dos calçados.

Em 2007, a cidade foi contemplada com o Centro de Couro Calçadista de Campina Grande “Manoel Raimundo Souto”, situada no bairro de Bodocongó, em ponto estratégico, Nas proximidades do Centro de Tecnologia do Couro e Calçado – SENAI/CTCC. Este empreendimento conta com uma área de 10 mil m², com capacidade de abrigar 18 empresas, totalizando um investimento de R\$ 5 milhões por parte da Companhia de Desenvolvimento da Paraíba – CINEP, o centro pretende gerar cerca de 1.500 empregos (SANTOS, 2007).

4. PROCEDIMENTO METODOLOGICO

A área de estudo está localizada a 120 Km da capital do estado da Paraíba, João Pessoa, no Nordeste do Brasil, e entre as coordenadas de latitude 7° 09' 10" S e 7° 11' 57" S e longitude 35° 54' 51" W e 35° 52' 46 W (SOUSA, 2010).

Com o objetivo de identificar se as empresas do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba, têm adotado ações mitigadoras por meio da Responsabilidade Social Corporativa, para tanto, esta pesquisa define-se como pesquisa exploratória e estudo de caso.

Segundo Gil (2006) a pesquisa exploratória têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Gil (2006) afirma que o estudo de caso, consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

A amostragem de pesquisa considerou 50% das empresas do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba. Dessa forma, a pesquisa foi desenvolvida com 20 empresas do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba.

As informações foram coletadas durante o primeiro semestre de 2018 por meio da aplicação de uma escala de medida, constituída de 14 itens que versam sobre a Responsabilidade Social Corporativa (Apêndice A), construídas no modelo da escala de Likert, com níveis de concordância, variando desde discordo completamente (nível 1) à concordo completamente (nível 5).

Utilizou-se artigos científicos publicados em periódicos para a discussão dos dados. O tratamento estatístico dos dados, para escrita dos resultados, foi utilizado o Microsoft Excel, 2016 com produção de percentuais.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Participaram da pesquisa um total de 20 empresas, que fazem parte do polo calçadista de Campina Grande, Paraíba. A média de funcionários em cada empresa é de 22,45 funcionários.

Os resultados reportaram que 70,0% das empresas desenvolvem ações voltadas a Responsabilidade Social Corporativa, além disso, 70,0% delas, considera a RSC como um fator de diferenciação (Tabela 1).

A responsabilidade corporativa como uma estratégia de diferenciação, é usada para criar novas demandas e obter um preço premium para um produto ou serviço existente (MCWILLIANS; SIEGEL, 2002).

No que tange a diferenciação para o consumidor, Serpa e Avila (2006) em pesquisa no contexto brasileiro, identificaram que os consumidores estariam dispostos a pagar mais pelo produto de uma empresa socialmente responsável, sobretudo por perceberem um benefício adicional nessa compra.

Em 60% das empresas participantes da pesquisa, há uma política ambiental definida, documentada e compreendida por todos os funcionários, contudo, apenas em metade (50%) das empresas há uma preocupação em identificar e avaliar os aspectos ambientais das atividades e produtos desenvolvidos.

A análise dos aspectos ambientais (mecanismos que causam os impactos ambientais) e impactos ambientais derivados de serviços e produtos pode gerar diversos benefícios para as organizações (ALMEIDA; GARRIDO; ALMEIDA, 2017).

A identificação de aspectos e impactos ambientais é imprescindível para o planejamento de Sistemas de Gestão Ambiental (SGA), que são procedimentos adotados por organizações visando minimizar os impactos ambientais negativos de suas atividades e potencializar os impactos positivos (ROUSSOULIERES et al., 2013).

52,6% das empresas, discordam ou são indiferentes quanto a realização de capacitações ou treinamentos para conscientizar os empregados sobre os impactos ambientais das suas tarefas, bem como sobre suas responsabilidades para com o meio ambiente.

Corroborando com essa afirmação 55% das empresas também discordam ou são indiferentes quanto a realização de reuniões periódicas sobre meio ambiente, para analisar criticamente todos os aspectos da sua gestão ambiental e planejar melhorias por meio de novas metas ambientais de forma compartilhada.

Neste aspecto, Dambrós et al. (2014) citam que as empresas devem ser capazes de capacitar e conscientizar seus funcionários, para que o exercício das práticas de voltadas a questões ambientais sejam feitas de forma contínua e não apenas em poucas ocasiões.

Tabela 1 – Frequência (%) das respostas das empresas para a escala sobre a Responsabilidade Social Corporativa

Afirmativa	Respostas (%)		
	1	2	3
I1. A empresa desenvolve ações voltadas a Responsabilidade Social Corporativa	25,0	5,0	70,0
I2. Na empresa há uma política ambiental definida pela empresa, documentada e compreendida por todos os empregados.	35,0	5,0	60,0
I3. A empresa desenvolve práticas de RSC para que os processos e tecnologias de produção gerem menos poluição e resíduos	25,0	10,0	65,0
I4. A empresa considera a RSC como um fator de diferenciação	15,0	15,0	70,0
I5. Na empresa existem procedimentos e preocupação em identificar e avaliar os aspectos ambientais das atividades e produtos desenvolvidos.	15,0	35,0	50,0
I6. A Responsabilidade Social Corporativa com ações voltadas ao meio ambiente é uma prática comum da empresa	25,0	30,0	45,0
I7. A responsabilidade sobre meio ambiente está claramente divulgada entre os diversos níveis hierárquicos	20,0	30,0	50,0
I8. Preocupação com todo ciclo de vida do produto e prolongar a sua durabilidade são preocupações de RSC da empresa	5,0	35,0	60,0
I9. Existe capacitação ou treinamento para conscientizar os empregados sobre os impactos ambientais das suas tarefas, bem como sobre suas responsabilidades para com o meio ambiente	36,8	15,8	47,4
I10. Como ações de RSC a empresa realiza monitoramentos periódicos de seus aspectos ambientais, avaliando os resultados	15,0	40,0	45,0
I11. A empresa desenvolve práticas de RSC como alternativas de recolhimento e reutilização de materiais para incorporação em um novo produto	20,0	25,0	55,0
I12. A empresa realiza reuniões periódicas sobre meio ambiente, para analisar criticamente todos os aspectos da sua gestão ambiental e planejar melhorias por meio de novas metas ambientais de forma compartilhada	35,0	20,0	45,0
I13. Existe controle sobre os resíduos gerados pela empresa ou algum programa visando reduzir a geração destes resíduos	10,0	50,0	40,0
I14. A empresa considera que ações de RSC tornam a empresa mais competitiva e promove aos funcionários, a comunidade em geral e ao meio ambiente um maior bem-estar.	10,5	10,5	78,9

1. Discordo completamente ou em grande parte; 2. Nem concordo nem discordo; 3. Concordo completamente ou em grande parte.

Apenas 45% das empresas afirmaram que ações voltadas ao meio ambiente são práticas comuns na empresa, já 65% das empresas afirmaram que a empresa desenvolve práticas de RSC para que os processos e tecnologias de produção gerem menos poluição e resíduos.

Sinay et al., (2014) afirmam que as empresas buscam reduzir gastos e consumos de bens e de energia, assim como de geração de resíduos, reutilizando aqueles passíveis de serem aproveitados e evitando autuações e multas pela poluição do meio ambiente.

60% das empresas tem como preocupação de RSC todo ciclo de vida do produto e com sua durabilidade, entretanto, 55% não realizam ou são indiferentes quanto aos monitoramentos periódicos de seus aspectos ambientais e avaliação dos resultados.

Em 55% das empresas entrevistadas, são realizadas práticas de RSC como alternativas de recolhimento e reutilização de materiais para incorporação em um novo produto, todavia, 50% das empresas posicionam-se de forma indiferente quanto a existência de controle sobre os resíduos gerados pela empresa ou algum programa visando reduzir a geração destes resíduos.

O posicionamento de indiferença por parte de 50% dos entrevistados, no que desrespeito ao controle de geração de resíduos, mostra um posicionamento crítico parcializado, no qual as empresas afirmam em sua maioria que realizam práticas de reutilização de matérias, porém não possuem controle dos resíduos gerados, o que nos tendem a resumir, que estas ações podem ser pontuais, e não em um aspecto amplo, dentro da empresa.

Assim, Christmann (2000) afirma que empresas bem conduzidas e lucrativas podem ganhar vantagem de custo por meio da utilização de estratégias ambientais, pois aproveitam de forma mais eficiente os seus recursos e ativos.

Além disso, atividades de RSC podem, por exemplo, reduzir desperdícios e reciclar materiais descartáveis, gerando redução de custos para as empresas e diminuindo a poluição do meio ambiente, deste modo, os custos gerados pelos sistemas de proteção ambiental podem ser menores que os custos do uso inadequado dos recursos (PORTER; LINDE, 1995).

No que diz respeito a responsabilidade sobre meio ambiente, metade das empresas (50%) afirmam que está claramente divulgada entre os diversos níveis hierárquicos, porém 50% são indiferentes ou discordam. 78,9% das empresas consideram que ações de RSC tornam a empresa mais competitiva e promove aos funcionários, a comunidade em geral e ao meio ambiente um maior bem-estar.

Como a RSC é reflexo direto de contextos sociais, institucionais, culturais, nacionais, geográficos e históricos, as ações a serem adotadas devem levar em consideração as particularidades da região onde a corporação se insere, destacam Matten e Moon (2008).

6. CONCLUSÃO

A implementação da RSC como uma ferramenta de gestão contribui para que as organizações se destaquem no mercado como empresas que tem uma responsabilidade com o meio ambiente, o que deixará as empresas mais competitivas.

Com isso podemos afirmar que muitas empresas praticam essas ações, porém ainda existe uma deficiência na implementação de práticas e divulgações ambientais, entretanto muitas empresas já sabem que essas práticas são sigficativas em uma organização, e podemos considerar que pelo tamanho da cidade e pelo dados coletados já existe uma número de empresas considerável utilizando essa ferramenta sustentável.

A limitação deste trabalho foi o fato de muitas empresas se negarem a preencher os questionários, o que omite informações de muitas empresas, em especial da maior empresa de couro calçadista da cidade, que por sua vez é dentetora da maior produção de calçados e por consequência a que traz mais danos ao meio ambiente, tal limitação pode ser reduzida com um estudo de caso específico nessa empresa.

ABSTRACT

This research had as main objective to identify if the companies of the polo footwear of Campina Grande, PB have adopted mitigating actions through the Corporate Social Responsibility. It is characterized as a descriptive and exploratory research, have as sample 20 companies, which represents 50% of the universe of leather footwear companies in the city mentioned above, the questionnaire was created by the author of this article and consists of 14 items, the issues were analyzed through a likert scale, evaluating the perception of the managers of the organizations, as to their total agreement, total disagreement or their indifference regarding the issues related to CSR. The results allow us to infer that most of the small and medium-sized companies of the footwear pole carry out such actions and observe that this brings a differential for their company, but it was analyzed that there is no identification and an objective disclosure of these practices.

Keywords: Corporate social responsibility. Organizations. Footwear.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABICALÇADOS, 2018. Pólos Produtores. Disponível em: <http://www.abicalcados.com.br/polos-produtores.html>. Acesso em: 20 fevereiro 2018.

ALMEIDA, F. O bom negócio da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ALMEIDA, F.S. GARRIDO, F.S.R.G. ALMEIDA, A.A. Avaliação de impactos ambientais: uma introdução ao tema com ênfase na atuação do gestor ambiental. *Diversidade e Gestão* 1(1): 70-87. 2017.

BARBOSA, L. O centro do universo. *Exame*. São Paulo, ano 35, n. 7, p.107-110, 4 abr. 2001.

BARROS, R.A.; ANDRADE, E.O.; VASVONCELOS, A.C.F.; CANDIDO, G.A. Práticas de sustentabilidade empresarial no APL calçadista de Campina Grande – OB: Um estudo e caso. *Revista Gestão Industrial*. V. 06, n.01, p. 157-177. 2010

BERTONCELLO, S.L.T. CHANG JR., J. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. *FACOM*, Nº 17 – 1º semestre de 2007.

CARVALHO, O.; VIANA, O. Ecodesenvolvimento e equilíbrio ecológico: algumas considerações sobre o Estado do Ceará. *Revista Econômica do Nordeste*. Fortaleza, v. 29, n. 2, abr./jun. 1998.

CHRISTMANN, P. Effects of "Best Practices" of Environmental Management on Cost Advantage: The Role of Complementary Assets. *Academy of Management Journal*, v. 43, p. 663-680, 2000.

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

CASSIOLATO, J; SZAPIRO. Aglomerações e sistemas produtivos e inovativos locais: em busca de uma caracterização voltada ao caso brasileiro. Rio de Janeiro: IE – UFRJ. (Texto para Discussão, Projeto Aglomerações E Sistemas Produtivos Locais Em Busca De Uma Caracterização Voltada Ao Caso Brasileiro), 2002.

DAMBRÓS, M.M.G. SENNA, A.J.T. ALVES, R.R. Gestão ambiental no setor público: percepção dos servidores da prefeitura municipal de São Gabriel (RS). *Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental - REGET-* V. 18 n. 2, Mai-Ago 2014, p.674-689

ENRIQUEZ, E. Os desafios éticos nas organizações modernas. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 37, n. 2, abr./jun., 1997, p. 6-17.

FRANÇA, P. X. N.; LEITE, V. D. Desenvolvimento Econômico X Desenvolvimento sustentável: conflito representado nas micro e pequenas indústrias de calçados da cidade de Campina Grande-PB. *Veredas Favip – Revista Eletrônica de Ciências* – v.1, n.1 – Jan/Jun de 2008.

FREEMAN, R. E. *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. -4 ed. - São Paulo: Atlas, 2006.

INSTITUTO ETHOS. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/>>. Acesso em: 19 Fev. 2018.

KEHRLE, L.; MOUTINHO, L. Competitividade presente e esperada de arranjos produtivos de calçados na Paraíba. Revista de Economia Contemporânea. [online]. 2005, vol.9, n.3, pp. 671-697.

LIMA, K.P.S.; CUNHA, D.R.; MOREIRA, F.G.L.; PORTE, M.S. Contabilidade ambiental: um estudo sobre a evidenciação das informações ambientais nas demonstrações contábeis das grandes empresas brasileiras. Revista Eletrônica de Administração (Online), v. 11, n.1, edição 20, 2012

LEWIS, S. Reputation and corporate responsibility, Journal of Communication Management, 2003, vol. 7, 4 356-364

MATTEN, D.; MOON, J. Implicit and Explicit CSR: A conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. Academy of Management Review, v. 33, n. 2, pp. 404-428, 2008.

MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. Academy of Management Review , vol.26. No I, 117-127, 2002

PORTER, M. E.; KRAMER, M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, Cambridge, dec. 2006.

PORTER M. E.; LINDE, V. D. Toward a New Conception of the Environmental Competitiveness Relationship. Journal of Economic Perspectives, v. 9, n. 4, p. 97-118, 1995.

ROUSSOULIERES, E.G.; LIMA, P.A.; PIRES, R.S.C.; VARGAS, A.B.; ALMEIDA, F.S. Questões ambientais versus economia em Sistemas de Gestão Ambiental: avanços e perspectivas. Cadernos UniFOA 22: 53-61, 2013.

SANTOS, S. Inaugurado Centro de Couro Calçadista de Campina Grande. FIEP, 2007. Disponível em: <http://fiepb.com.br/noticias/2007/06/19/inaugurado_centro_de_couro_calcadista_de_campina_grande> Acessado em: 20 fev 18.

SERPA, Daniela Abrantes F.; e AVILA, Marcos G. Efeitos da Responsabilidade Social Corporativa na Percepção do Consumidor sobre Preço e Valor: Um Estudo Experimental. Anais do XXX Enanpad, Salvador, Bahia, Brasil, 2006.

SINAY, M.C.F SINAY, L. ARAUJO, G.A. As grandes empresas brasileiras e suas responsabilidades sociais: em que patamar estão nos dias atuais? Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. P. 1-16, 2014.

SOUZA, E.G. AZEVEDO, D.C. F.; FREITAS, L.S.; CANDIDO, G.A.; LIMA, V.L.A. Considerações sobre impactos ambientais no setor couro-calçadista em Campina Grande-PB. XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. 2010.

SOUZA, E.G.; AZEVEDO, D.C.F.; FREITAS, L.S.; CANDIDO, G.A.; LIMA, V.L.A. Impactos ambientais no setor coureiro-calçadista em Campina Grande – PB: uma análise quanto à utilização do cromo no processo produtivo. In: LIRA, WS., and CÂNDIDO, GA., orgs. Gestão sustentável dos recursos naturais: uma abordagem participativa [online]. Campina Grande: EDUEPB, pp. 251-271. 2013.

TURKER, D. How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, New York, v. 89, n. 2, p. 189-204, 2009a.

TURKER, D. Measuring corporate social responsibility: a scale development study. *Journal of Business Ethics*, New York, v. 85, n. 4, p. 411-427, 2009b.

VASCONCELOS, K. C. de A., SILVA JUNIOR, A. da; SILVA, P. de O. M. da. Educação gerencial para atuação em ambientes de negócios sustentáveis: desafios e tendências de uma escola de negócios brasileira. *Revista de Administração Mackenzie – RAM*, São Paulo, v. 14, n. 4, 2013.

VLACHOS, P.A.; THEOTOKIS, A.; PANAGOPOULOS, N. G. Sales force reactions to corporate social responsibility: attributions, outcomes, and the mediating role of organizational trust. *Industrial Marketing Management*, Amsterdam, v. 39, n. 7, p. 1207-1218, 2010.

VASCONCELOS, K. C. de A., SILVA JUNIOR, A. da; SILVA, P. de O. M. da. Educação gerencial para atuação em ambientes de negócios sustentáveis: desafios e tendências de uma escola de negócios brasileira. *Revista de Administração Mackenzie – RAM*, São Paulo, v. 14, n. 4, 2013.

APÊNDICE

RAZÃO SOCIAL:
ENDEREÇO:
Nº DE FUNCIONÁRIOS:

1- Em qual segmento de calçados a empresa atua?

Calçado masculino Calçado feminino Calçado Infantil Calçado esportivo

2- Qual o principal material utilizado na fabricação do produto?

Sintético Couro Tecido

3- Existe alguma preocupação na procedência da matéria prima adquirida?

Sim Não

Para as afirmações abaixo, considere:

1 - Discordo completamente; **2** - Discordo em grande parte; **3** – Nem concordo e nem discordo; **4** - Concordo em grande parte; **5** – Concordo completamente

Afirmativa	Resposta
I1. A empresa desenvolve ações voltadas a Responsabilidade Social Corporativa	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I2. Na empresa há uma política ambiental definida pela empresa, documentada e compreendida por todos os empregados.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I3. A empresa desenvolve práticas de RSC para que os processos e tecnologias de produção gerem menos poluição e resíduos	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I4. A empresa considera a RSC como um fator de diferenciação	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I5. Na empresa existem procedimentos e preocupação em identificar e avaliar os aspectos ambientais das atividades e produtos desenvolvidos.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I6. A Responsabilidade Social Corporativa com ações voltadas ao meio ambiente é uma prática comum da empresa	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I7. A responsabilidade sobre meio ambiente está claramente divulgada entre os diversos níveis hierárquicos	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I8. Preocupação com todo ciclo de vida do produto e prolongar a sua durabilidade são preocupações de RSC da empresa	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I9. Existe capacitação ou treinamento para conscientizar os empregados sobre os impactos ambientais das suas tarefas, bem como sobre suas responsabilidades para com o meio ambiente	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I10. Como ações de RSC a empresa realiza monitoramentos periódicos de seus aspectos ambientais, avaliando os resultados	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I11. A empresa desenvolve práticas de RSC como alternativas de recolhimento e reutilização de materiais para incorporação em um novo produto	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I12. A empresa realiza reuniões periódicas sobre meio ambiente, para analisar criticamente todos os aspectos da sua gestão ambiental e planejar melhorias por meio de novas metas ambientais de forma compartilhada	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I13. Existe controle sobre os resíduos gerados pela empresa ou algum programa visando reduzir a geração destes resíduos	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
I14. A empresa considera que ações de RSC tornam a empresa mais competitiva e promove aos funcionários, a comunidade em geral e ao meio ambiente um maior bem-estar.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5