

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO
RIO GRANDE DO NORTE
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA COTEMINAS DA UNIDADE DE SÃO
GONÇALO DO AMARANTE**

Magali Castro

**Natal - RN
Dez/03**

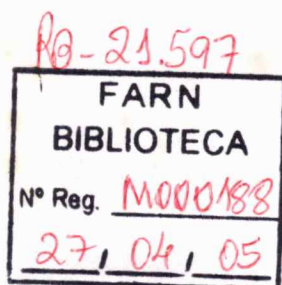
MAGALI CASTRO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA COTEMINAS DA UNIDADE DE SÃO
GONÇALO DO AMARANTE**

**Monografia apresentada à
coordenação do Curso de
Administração como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.**

George Queiroga Estrela M.Sc.

**Natal - RN
Dez/03**



M
658:316.663
C352p
2003

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Castro, Magali

Responsabilidade social: a percepção dos funcionários da
COTEMINAS da unidade de São Gonçalo do Amarante / Magali
Castro. – Natal: FARN, 2003.

48 p.

Orientador: George Queiroga Estrela (Msc)

Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Responsabilidade social – monografia 2. Preservação ambiental–
monografia 3. Cliente interno – percepção- monografia
I. Título

RN/FARN/BC

CDU 658:316.663

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO
RIO GRANDE DO NORTE**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA COTEMINAS DA UNIDADE DE SÃO
GONÇALO DO AMARANTE**

Magali Castro

Monografia apresentada e aprovada em ____ de _____, pela banca de Qualificação
composta pelos seguintes membros:

George Queiroga Estrela
Orientador

Membro Examinador

Membro Examinador

Natal, ____ de ____ de 2003.

AGRADECIMENTOS

Foi um longo caminho até aqui, mas um caminho repleto de bênçãos e conquistas. Obrigado Senhor, por ser a Luz que me guia.

Um obrigado especial a minha família, que mesmo tendo que viver longe de todos, sempre apoiaram a realização do meu sonho. Amo vocês!

Mas para realizar esse sonho, uma pessoa em especial foi determinante. Mais que uma prima, minha irmã, você tornou esses anos, os mais felizes de minha vida. Obrigada Márcia por seu carinho e amizade!

Ao professor George Estrela meu agradecimento por sua atenção e dedicação. Seu conhecimento e experiência foram decisivos para concretização desse trabalho.

Muito obrigado aos amigos da COTEMINAS, que tão gentilmente ajudaram a solidificar e enriquecer com seus conhecimentos essa pesquisa.

E aos amigos, que ao longo desses quatro anos compartilharam do meu dia-a-dia, das minhas angústias e vitórias, deixo meu carinho e a certeza que os levarei em meu coração.

RESUMO

O presente trabalho tem a finalidade de avaliar a percepção do papel de responsabilidade social sob o ponto de vista dos colaboradores internos da empresa COTEMINAS da unidade de São Gonçalo do Amarante. Os dados foram coletados através da aplicação de questionário e tratados de maneira qualitativa e quantitativa. Para tanto, foi feita a descrição do processo de Responsabilidade Social adotado pela COTEMINAS/SGA e identificou-se o papel da Responsabilidade Social sob o ponto de vista dos colaboradores internos. De acordo com o resultado da análise de dados, verificou-se que a maioria dos funcionários são: homens, com faixa etária entre 30 e 35 anos; com nível de escolaridade de 2º grau incompleto, e a maioria dos entrevistados afirma não conhecer o Programa de Responsabilidade Social desenvolvido pela empresa. Um aspecto fundamental da responsabilidade social empresarial é o tratamento dado pelas organizações ao seu público interno. Por isso, crescem em número e relevância as iniciativas das empresas que buscam superar preconceitos e diferenças entre seus colaboradores. Nesse contexto de mudanças, o setor empresarial abraça, cada vez mais, causas maiores e mais abrangentes que o enriquecimento de seus acionistas: abraça o compromisso com o desenvolvimento sustentável, a responsabilidade com o entorno comunitário, a cumplicidade com seus funcionários no exercício de programas de atuação social.

Em linhas gerais, é pertinente afirmar que de acordo com a literatura apresentada nesse trabalho, fica claro que a COTEMINAS, é uma empresa que desenvolve programas de Responsabilidade Social, de maneira a atender tanto seus colaboradores, como a comunidade local. É neste cenário em movimento, que diferentes concepções e práticas de intervenção no social surgem, pontuando termos e trajetórias das empresas, refletindo em suas imagens e nos resultados que produzem.

Palavras Chave: Responsabilidade Social; Meio Ambiente; Percepção

SUMÁRIO

RESUMO

LISTA DE SIGLAS

LISTA DE GRÁFICOS, LISTA DE FIGURAS

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA.....	10
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO.....	11
1.3 OBJETIVOS.....	12
1.3.1 Geral.....	12
1.3.2 Específico.....	12
1.4 JUSTIFICATIVA.....	12
2. REFERENCIAL TEORICO.....	15
2.1 CONCEITUANDO RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	15
2.1.1 Conceituando Voluntariado.....	17
2.2 EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	17
2.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL.....	19
2.4 O MERCADO DE TRABALHO PARA O TERCEIRO SETOR.....	21
3. METODOLOGIA.....	23
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	23
3.2 AMBIENTE DA PESQUISA.....	23
3.3 INSTRUMENTO DA COLETA DE DADOS	24
3.4 TRATAMENTO DOS DADOS.....	24

4 PROCESSO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA COTEMINAS	25
4.1 MEIO AMBIENTE.....	25
4.1.1 Estação de Tratamento de Efluentes (E.T.E.).....	27
4.1.2 Reserva Ecológica.....	31
4.2 COLETA SELETIVA.....	31
4.3 EDUCAÇÃO.....	31
4.3.1 Telecurso.....	31
4.3.2 Formação de Técnicos.....	31
4.3.3 Oficinas Profissionalizantes.....	32
4.3.4 Escola Infantil.....	32
4.3.5 Formare.....	32
4.3.6 Oficinas para a comunidade.....	36
4.3.7 Programa de visita para a família.....	36
4.4 O PAPEL DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA.....	37
4.5 COMPARAÇÃO DOS DADOS DA EMPRESA COM A LITERATURA.....	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
5.1 CONCLUSÃO.....	46
5.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	46
BIBLIOGRAFIA.....	47
ANEXO	

LISTA DAS SIGLAS

CERTEX	Centro Regional de Tecnologia Têxtil
CETIQT	Centro Tecnológico da Indústria Química e Têxtil
COTEMINAS	Companhia de Tecidos do Norte de Minas
E.T.E.	Estação de Tratamento de Efluentes
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
ISO	Organização Internacional de Padronização
MG	Minas Gerais
ONGs	Organização não Governamental
PB	Paraíba
PUCs	Pontífice Universidade Católica
RN	Rio Grande do Norte
SC	Santa Catarina
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SGA	São Gonçalo do Amarante

LISTA DE GRÁFICOS E FIGURAS

GRÁFICO 1 – PROGRAMA DE INCENTIVO A CULTURA.....	37
GRÁFICO 2 – COLETA SELETIVA DO LIXO.....	38
GRÁFICO 3 – EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....	39
GRÁFICO 4 – REDUÇÃO DO CONSUMO DE AGENTES POLUENTES.....	39
GRÁFICO 5 – SISTEMA TRATAMENTO DE ÁGUA E ESGOTO.....	40
GRÁFICO 6 – PROIBIÇÃO DO TRABALHO INFANTIL.....	41
GRÁFICO 7 – PROGRAMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	41
GRÁFICO 8 – SEXO.....	42
GRÁFICO 9 – FAIXA ETÁRIA.....	42
GRÁFICO 10 – GRAU DE INSTRUÇÃO.....	43
GRÁFICO 11 – ESTADO CIVIL.....	43
GRÁFICO 12 – RENDA FAMILIAR.....	44
FIGURA 1 – PLACA SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL.....	25
FIGURA 2 – PLACA FLUXOGRAMA DO PROCESSO DA E.T.E.....	27
FIGURA 3 – CAIXA DE GRADEAMENTO.....	28
FIGURA 4 – TANQUE DE AERAÇÃO.....	28
FIGURA 5 – TANQUE DECANTAÇÃO DA E.T.E.....	29
FIGURA 6 – TANQUE ADENSADOR DA E.T.E.....	29
FIGURA 7 – CANALETA PARA LEVAR OS EFLUENTES PARA O RIO.....	30
FIGURA 8 – VISTA PANORÂMICA DA E.T.E. COTEMINAS – S.G.A.....	30

1 INTRODUÇÃO

Atualmente muito se fala da participação de empresas em atividades sociais, demonstrando que essas se preocupam não só em produzir bens e serviços, mas também proporcionar o bem estar social através da preocupação com a valorização do homem, do meio ambiente e da cultura.

O avanço da globalização, da velocidade das inovações tecnológicas e da informação fez com que as empresas buscassem uma nova maneira de realizar suas transações. Devido ao aumento das disparidades e desigualdades sociais, fez com que fosse repensado o desenvolvimento econômico, social e ambiental. A nova postura da empresa cidadã baseada no resgate dos princípios éticos e morais, passou a ser uma função estratégica.

Em linhas gerais, a Responsabilidade Social é a demonstração de preocupação da empresa em participar de forma ativa, nos programas sociais voltados para o bem estar da comunidade onde está inserida e na sociedade em geral. A empresa socialmente responsável é aquela que consegue criar métodos, planos e incentivos para que, interna e externamente seja identificada como uma empresa cidadã.

Diante desse contexto, o presente estudo procurou avaliar a percepção dos colaboradores da COTEMINAS, acerca do papel da Responsabilidade Social.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

A rigor, Responsabilidade Social é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comprometimento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, simultaneamente, a qualidade de vida de seus colaboradores e de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Convém ressaltar que conceito de responsabilidade social está em construção, requer mudanças culturais, em que empresas e parceiros busquem um processo conjunto.

Observa-se que a Responsabilidade Social atua nas áreas de: saúde, educação e meio ambiente. Entretanto, a dificuldade de sua implantação, é que, como todo investimento, a aplicação de recursos e esforços de uma corporação na área social gera uma expectativa de retorno, seja como imagem, melhoria da qualidade de vida das pessoas e crescimento de

vendas de serviços ou de produtos que ela gera. Para os colaboradores da COTEMINAS, a Responsabilidade Social faz parte do seu dia-a-dia, através das aulas de TELECURSO de 1º e 2º grau, (diminuindo assim para menos de 1% o índice de analfabetismo na empresa), a escola para crianças até a pré-alfabetização favorecendo os filhos dos colaboradores e da comunidade local, a estação de tratamento d'água mostrando sua preocupação com o meio ambiente e o projeto de profissionalização de jovens de 15 a 17 anos.

Assim, o presente estudo está voltado para responder o seguinte questionamento: Qual é a percepção no âmbito dos colaboradores internos, acerca do papel da Responsabilidade Social na COTEMINAS – unidade S.G.A / RN?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA OBJETO DE ESTUDO

A constituição da empresa de fiação e tecidos, a mais moderna de todas quantas existiam, levou o nome de Companhia de Tecidos Norte de Minas - COTEMINAS, levada a efeito em dezembro de 1967, teve sua inauguração 1975, em Montes Claros, MG.

A COTEMINAS consome anualmente 100 mil toneladas de fibras - 12,5% de todo o consumo nacional de algodão. Suas fábricas, localizadas em: Montes Claros/MG (quatro unidades), São Gonçalo do Amarante e Macaíba /RN (três unidades), João Pessoa e Campina Grande/PB (três unidades) e Blumenau/SC (uma unidade), ocupam uma área coberta e climatizada de 940.254 metros quadrados. Os terrenos onde estão as 11 unidades têm 3.853.560 metros quadrados, sendo a área urbanizada de 1.847.190 metros quadrados. A COTEMINAS e suas coligadas empregam mais de 16 mil brasileiros em todo território nacional. Todo o sucesso da COTEMINAS é fruto da qualidade e da competitividade obtidas através de modernos equipamentos e de uma equipe técnica de alto valor. Para isso, a COTEMINAS buscou e obteve o apoio do SENAI, primeiramente através do Centro Regional de Tecnologia Têxtil (CERTEX), de Recife, e, depois, do Centro Tecnológico da Indústria Química e Têxtil (CETIQT), do Rio de Janeiro, um dos mais avançados institutos de tecnologia têxtil do mundo.

Os produtos da COTEMINAS estão presentes em toda parte. São lençóis, meias, camisetas, toalhas e muitas outras peças preferidas por consumidores de numerosos países. Não é de hoje que marcas como Artex, Santista, Garcia, Calfat, Paládio, Ouro, Prata, Arcoiris,

Fantazia, Attitude, Jamm e muitas outras fazem parte do dia-a-dia de milhões de pessoas.

Manter-se atualizada com o que há de mais moderno na indústria têxtil é uma política permanente da COTEMINAS. Para alcançar esse objetivo, a diretoria de Marketing e de Desenvolvimento de Novos Produtos trabalha intensamente.

A COTEMINAS opera com base em tecnologia de ponta e aguçada sensibilidade social. Essa preocupação com o bem-estar humano está refletida na ação desenvolvida pelo Centro Educacional e Médico-Odontológico de Montes Claros, assim como a assistência social existente em todas as unidades da empresa. A atuação da Companhia no campo social faz dela maiúscula referência na busca, em que a sociedade tanto se empenha, de modelos capazes de promover a integração do capital com o trabalho.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

- Avaliar a percepção do papel da Responsabilidade Social sob o ponto de vista dos colaboradores internos da COTEMINAS – unidade S.G.A /RN

1.3.2 Objetivos Específicos

- Descrever o processo de Responsabilidade Social adotado pela COTEMINAS/SGA
- Identificar o papel da Responsabilidade Social sob o ponto de vista dos colaboradores internos de uma unidade industrial do RN.
- Comparar o papel da Responsabilidade Social vigente na unidade objeto de estudo com aquele recomendado pela literatura.

1.2 JUSTIFICATIVA

Estudos sobre os aspectos sociais são necessários e cada vez mais importantes para o desenvolvimento do Brasil. As ações de iniciativa privada nas áreas de atendimento à infância e adolescência, saúde, educação e inclusão social, contribuem para o desenvolvimento e a formação de crianças e adolescentes.

Percebe-se que, além do plano externo das empresas, o exercício da responsabilidade social deve manifestar-se igualmente no ambiente interno das organizações. Quando são atendidos em suas necessidades pessoais e familiares, os profissionais tornam-se mais estimulados e empenhados para realizar bons resultados para a empresa.

A sociedade está exausta de tantos problemas e, o que é pior, cansados da deficiência estatal.

A exemplo de Responsabilidade Social, empresas de grande porte, como a Rede Wal-Mart Brasil, Johnson&Johnson, Estrela, Faber-Castell e a Nestlé, se uniram em uma grande ação social em prol das crianças carentes do Brasil. O objetivo é de auxiliar instituições infantis, proporcionando o bem-estar para as crianças atendidas, levando em conta os direitos de brincar, estudar, sorrir e sonhar com um futuro melhor.

Segundo Aprígio Rello Junior (2003), diretor executivo de Assuntos Corporativos e Recursos Humanos da Rede Wal-Mart Brasil, afirma que todos os envolvidos na campanha **Mundo Melhor – Uma campanha em benefício da criança** acreditam muito na idéia. A campanha foi lançada em março/2003 e terá duração de um ano, durante o qual 2% (dois por cento) da venda dos produtos das empresas parceiras das 14 lojas Wal-Mart Supercenter e Wal-Mart todo dia serão revertidos em brinquedos, material escolar, alimentos e produtos de higiene pessoal. A campanha terá quatro fases, sendo:

1ª. Fase – Criança alimentada num mundo melhor

Durante abril e maio de 2003, 2% das vendas dos produtos das quatro empresas envolvidas na campanha serão revertidos em produtos Nestlé (menos leite) e destinados às instituições no mês de junho. Vale ressaltar que os 2% são sobre o preço de venda dos produtos e a doação é feita a preço de custo.

2ª. Fase – Criança saudável num mundo melhor

Durante julho e agosto de 2003, a mesma percentagem arrecadada será revertida em produtos de higiene pessoal da Johnson&Johnson, entregues no mês de setembro.

3ª. Fase – Criança brincando num mundo melhor

A arrecadação será realizada durante outubro e novembro de 2003, sendo finalizada com a doação de brinquedos Estrela em dezembro de 2003.

4ª. Fase – Criança estudando num mundo melhor

O valor arrecadado entre janeiro e fevereiro de 2004 será revertido em material escolar Faber-Castell a ser doado em março de 2004. Todas as empresas envolvidas na campanha já têm a responsabilidade social incrustada em seu dia-a-dia. (RUIZ, 2003)

No que se refere a análise da empresa COTEMINAS, sua localização está situada em uma área carente do Estado do Rio Grande do Norte, portanto ajuda a evidenciar a importância da Responsabilidade Social. Com isso, verificar a percepção dos colaboradores internos, detectar as deficiências e encontrar soluções para ampliar o programa, fortalece a continuidade do projeto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITUANDO RESPONSABILIDADE SOCIAL

Etimologicamente a palavra responsabilidade deriva do latim *respondere*, responder. Segundo o dicionário Michaelis, responsabilidade é “a qualidade de responsável”, “responde por atos próprios ou de outrem”, que “deve satisfazer os seus compromissos ou de outrem”.

Como a definição de responsabilidade corporativa, não está totalmente definida, uma que caracteriza bem como esta é entendida hoje, é a de Almeida (1999), que descreve: “Responsabilidade Social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo”.

De acordo com Fleta (2003), a definição para responsabilidade social é: o conjunto de obrigações inerentes a evolução de um estado ou condição com força ainda não reconhecidas pelo ordenamento jurídico positivo e desconhecidas parcialmente, mas cuja força que se vincula e sua prévia tipifica procederem da íntima convicção social de que não segui-la constitui uma transgressão da norma da cultura.

Uma análise mais aprofundada sobre o conteúdo dessa definição suscita algumas reflexões: a íntima convicção social que determina uma norma ou conjunto de obrigações ainda que não reconhecidas pelo ordenamento jurídico positivo, pertence ao campo da ética, ou seja, os valores morais e os princípios ideais de conduta humana. De certa forma responsabilidade social é o processo resultante do desenvolvimento de posturas éticas inerentes aos estágios de evolução de determinados grupos dos organismos sociais.

Segundo Kisil (2003), os conceitos que definem “Responsabilidade Social” ainda não estão claros para as empresas e a sociedade civil organizada. Não está claro, principalmente, a diferença entre o investimento voltado para o bem-estar da comunidade e o investimento que determinadas empresas fazem para melhorar sua imagem, usando estratégias de marketing para vender uma imagem de atuação social.

De acordo com as definições do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (1988), a responsabilidade social corporativa é o

comprometimento permanente dos empresários em adotar um comprometimento ético e contribuir o para o desenvolvimento econômico, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Essa concepção assume a responsabilidade social como expressão de uma postura ética comprometida com o resgate da cidadania, assumindo uma posição de co-responsabilidade, na busca do bem estar público, em articulação com as políticas sociais (instituto, fundações, organizações, universidades, comunidade, etc.).

Como se pode ver, ainda não há uma definição específica para Responsabilidade Social. É preciso ressaltar que à partir das transformações ocorridas nos últimos anos, em especial com o processo de globalização da economia, as empresas passaram a investir em tecnologia de ponta, a preocupar-se com o aprimoramento da mão-de-obra, seja com funcionários da organização, seja com a comunidade, onde muitas vezes são recrutados seus funcionários. Portanto, o investimento em projetos sociais, podem estar ligados a eficácia da produção e à lucratividade da empresa. Na medida em que o investimento em programas sociais contribui para uma melhoria de qualidade de vida da comunidade, na qual a organização está inserida, é fato que poderá se obter uma mão-de-obra qualificada de acordo com seus objetivos.

Se por um lado, destaca-se a preocupação com o negócio da empresa, por outro lado, tem havido nos últimos anos, mais pressão da sociedade civil como um todo, no sentido de *cobrar* ações efetivas do empresariado para se envolver no processo de desenvolvimento social do país.

Uma empresa socialmente responsável é aquela que, além de ser ética nos seus negócios, preocupa-se com questões tais como: a não utilização de mão-de-obra infantil, saúde de seus funcionários, não utilização de trabalhos forçados, segurança no trabalho, liberdade de associação e negociação coletiva, preocupação com questões ambientais e possuem um sistema de gestão coerente. Hoje a sociedade requer uma gestão centrada em interesses e contribuições a um conjunto de partes interessadas (clientes, fornecedores, comunidade, etc.).

2.1.1 Conceituando Voluntariado

De acordo com Fischer (2002), voluntário é o cidadão que, motivado pelos valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não remunerada, para causas de interesse social e comunitário.

Com referência a definição do Voluntariado Empresarial, segundo Rodrigues (2002) é um conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento de seus funcionários em atividades voluntárias na comunidade. Por sua vez, Aurélio (1986) define voluntário da seguinte forma: voluntário deriva do latim *voluntariu*, que age espontaneamente, derivado de vontade própria, em que não há coação; espontâneo.

2.2 EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para diminuir ou mesmo erradicar os contrastes sociais e desigualdades, o país deveria acordar para um novo tempo, de desenvolvimento sustentável, promovendo educação, saúde, justiça social, ou seja, situações de bem-estar geral da sociedade. Não necessariamente estas ações têm sido implementadas pelo governo. Muitas estão sendo substituídas pelo que se convencionou chamar de responsabilidade social empresarial. De acordo com informativo eletrônico Responsabilidadesocial.com (2003) a busca da responsabilidade social tem as seguintes características:

a) *Plural*. Empresas não devem satisfações apenas aos seus acionistas. O mercado deve agora prestar contas aos funcionários, à mídia, ao governo, ao setor não-governamental e, às comunidades com que opera.

b) *Distributiva*. A responsabilidade social nos negócios é um conceito que se aplica a toda cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores sociais ou ambientais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo.

c) *Sustentável*. Uma atitude responsável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garante a não escassez de recursos, mas também amplia o conceito a uma escala mais ampla.

d) *Transparente*. Empresas são gradualmente obrigadas a divulgar sua performance social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes.

Segundo Vergara e Branco (2001), as empresas são “construções sociais”, isto é, “sujeito e objeto da realidade da qual fazem parte”. São, portanto, partícipes dos problemas sociais e, atualmente, uma das instituições mais influentes nos rumos da sociedade.

Desde meados da década de 80, a integração dos mercados e a queda das barreiras comerciais geraram grandes impactos na economia mundial. Para muitas empresas brasileiras sua inserção numa competição em nível mundial passou a ser questão de vida ou morte. Em curto espaço de tempo, empresas, tiveram que reestruturar padrões gerenciais, desenvolver novas estratégias de negócio para não perder oportunidades, ampliar seus negócios e, ainda, cuidar da concorrência. Ao mesmo tempo, passaram a acompanhar a evolução tecnológica e o aumento do fluxo de informações, cada dia mais acelerado devido aos avanços das telecomunicações e da internet.

Observa-se que nesse novo contexto, o mundo da internet e das comunicações potencializou profundas mudanças no modo como as sociedades se organizavam. Mudam-se os papéis das empresas e das pessoas, e redefine-se a noção de cidadania.

Fica demonstrado que, a gestão empresarial que toma como referência apenas os interesses dos acionistas é insuficiente, pois a gestão deve ser considerada pelos interesses e contribuições de um conjunto maior de partes interessadas.

A responsabilidade social empresarial tem se manifestado baseada em princípios éticos elevados e na busca pela qualidade das relações entre empresa e sociedade. Em tempos que não existem mais negócios em segredo absoluto, a transparência passou a ser um atributo positivo para a imagem pública e reputação das empresas. A adoção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente são uma exigência cada vez maior.

Uma das formas de a empresa demonstrar responsabilidade social é comprometendo-se com programas sociais voltados para o futuro da comunidade e da sociedade. O investimento em conservação ambiental e no uso racional dos recursos naturais é valorizado por atender ao interesse tanto da empresa como da coletividade.

Somente a sinergia de cooperação entre empresas, sociedade civil e estado, pode reforçar a concepção pública de democracia, especialmente via sociedade civil, abrindo espaços para que se exija um novo modelo de estado, capaz de lidar com a dimensão participativa e plural da sociedade, canalizando as demandas sociais, expandindo e aperfeiçoando os meios de interlocução para que suas ações sejam constantemente checadas pela sociedade e, assim, possa vir a responder as expectativas dos cidadãos de maneira digna e eficiente diante dos conflitos de interesse.

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL

No Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social ganhou forte impulso na década de 90, mediante ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) criou um selo pelo qual as empresas com preocupação social poderão mostrar através de seus anúncios, embalagens de produtos, balanço social e campanhas publicitárias – que investem em educação, saúde, cultura, meio ambiente, enfim, em tudo aquilo que é preciso preservar.

Além do selo, um outro símbolo de avanço na área é a obtenção de certificados de padrão de qualidade e de adequação ambiental, a ISO 18000, batizada de certificação social, começa a ganhar espaço no planejamento das empresas brasileiras.

No universo de empresas brasileiras que estão engajadas em projetos de responsabilidade social, muitas admitem que ações voltadas para o público externo acabam integrando ao modo da produção.

De acordo com Cimablista (2001), a Natura e o Boticário ilustram bem essa tendência. A partir de espécies amazônicas, vendidas por extrativistas, a Natura investe no desenvolvimento sustentável da biodiversidade botânica da Amazônia brasileira, afirmando ser este o pilar de sustentação do negócio nos próximos 10 anos.

Uma outra experiência cujos resultados de vendas e estratégia de comunicação estão alinhados com a filosofia da ética social é a do Boticário, que atualmente é referência no uso de ações de preservação do meio ambiente em prol de sua imagem de fabricante de perfume e cosméticos.

Segundo Credidio (2003), é preciso que fique claro que a comunicação das ações sociais exige assessoria profissional, porque deve ser planejada de maneira diferenciada, analisando-se criteriosamente os valores e o core business da empresa. Não se pode, nem se deve, considerar tais ações como um produto qualquer, porque esse tipo de comunicação fornece transparência ao processo, uma vez que, ao esconder o que fazem, as companhias permitirão conjecturas por parte da sociedade. Portanto, comungo da opinião de que a comunicação das ações sociais deve ser estimulada, desde que com responsabilidade e ética, porque, mais do que “fazer marketing”, essa é uma maneira inteligente de se utilizar uma ferramenta para incentivar e replicar novas ações. E isso é diferente de oportunismo.

Isso demonstra, que o investimento social pode gerar saldos positivos ou negativos, dependendo do grau de comprometimento da empresa e de sua estratégia. A empresa precisa ter conhecimento das necessidades da comunidade ao seu redor, a da sociedade que está inserida, trabalhar no sentido de eliminar ou amenizar essas carências, combinar seu foco de negócio com o de seus clientes e criar parcerias para maximizar sua atuação social, fazendo disso um diferencial de competitividade. Para alcançar essa harmonia é necessário um esforço conjunto de empresários, funcionários, ONGs (Organização não Governamental) e sociedade em geral.

Segundo Ruiz (2003), as atividades sociais mais comumente executadas pela maioria das empresas são:

- apoio à organização, instalação e manutenção de cooperativas de produção;
- atendimento de saúde ;
- campanha de prevenção à Aids, distribuindo material didático e preservativos ;
- campanhas de arrecadação de alimentos, roupas, brinquedos e agasalhos dentro das empresas ou por meio dos empregados ;
- campanhas educativas diversas na comunidade e em escolas, realizadas por funcionários da empresa ;
- capacitação e apoio a colaboradores que fazem trabalhos voluntários;
- concursos e prêmios na área de Educação;
- concursos e prêmios para projetos comunitários e ONGs;
- construção e manutenção de escolas;
- construção de hospitais;

- construção e manutenção de supermercados com produtos com preços mais baixos para cooperados e para a comunidade da região;
- criação e manutenção de companhias de dança;
- criação e manutenção de programas de esportes para crianças e adolescentes;
- formação de bibliotecas;
- fornecimento de refeição aos funcionários;
- instalação e manutenção de escolas de Enfermagem;
- manutenção de Centros de Formação Profissional;
- organização e manutenção de cursos de especialização para colaboradores;
- participação direta em atividades exercidas por entidades assistenciais;
- participação na organização de eventos para a comunidade;
- preparação, elaboração, publicação e distribuição de material didático e escolar;
- promoção de visitas domiciliares nas comunidades;
- realização de encontros e oficinas para capacitação de profissionais;
- realização de palestras educativas;
- aplicação de flúor em crianças carentes;
- recrutamento, treinamento e recolocação profissional de idosos e jovens carentes;
- transporte gratuito.

Além de desenvolverem campanhas de cunho social internamente, as organizações estão começando a atuar "da porta para fora", inclusive a mesma pesquisa acima mostra que quando isso acontece, a maioria das empresas costuma atuar na comunidade próxima a sua região.

Enfim, essas experiências são alguns exemplos das inúmeras ações que podem ser desenvolvidas pela responsabilidade social empresarial no Brasil.

2.4 MERCADO DE TRABALHO PARA O TERCEIRO SETOR

Em todo o mundo, organizações do terceiro setor surgem e ganham importância no cômputo das economias, seja para suprir lacunas da ação governamental, seja para concretizar objetivos de solidariedade que não encontram espaço de realização em outros lugares. Basta

medir o espaço que a mídia tem dado ao terceiro setor para fazer idéias de como vem se tornando importante. Nesse contexto, o propósito é enfocar os aspectos qualitativos da participação do terceiro setor no mundo moderno e particularmente no mundo dos empregos e das carreiras.

De acordo com Xavier (2003), existem algumas observações qualitativas que são relevantes:

- O terceiro setor não é coisa nova – tem uma longa e bem-sucedida tradição de atuação produtiva, seja na área da saúde (Santas Casas, Sanatorinhos), serviços (Rotary e Lions), educação (PUCs), etc.

- Nos últimos tempos, em decorrência da percepção da incapacidade dos governos de lidar com todas as demandas sociais na agilidade requerida, o terceiro setor ganhou destaque.

- Igualmente ganhou destaque porque amadureceu nas populações um conceito de solidariedade e a conseqüente vontade de participar na solução dos problemas – e não apenas esperar pelas soluções.

- Ampliada a importância do terceiro setor, ampliaram-se as verbas alocadas para ele, seja por instituições de financiamento custeadas por empresas ou pessoas, seja pelo apoio dos governos, seja por geração de receita atrelada à própria atuação do terceiro setor.

O que temos visto, então, é a aprovação pública para instituições do terceiro setor, que cada vez mais aumenta as oportunidades para profissionais qualificados, deixando a era dos esforços baseados em boa vontade, para entrar na era da boa vontade com boa administração.

3 METODOLOGIA

De acordo com Abbagnamo (1998), metodologia é definida como: “o conjunto de procedimentos técnicos de averiguação ou verificação à disposição de determinada disciplina ou grupo de disciplinas e não tem outro objetivo além de garantir às disciplinas o uso cada vez mais eficaz das técnicas de procedimentos de que dispõem.”

3.1 TIPO DE PESQUISA

O problema foi abordado através de uma pesquisa exploratória. Segundo Gil (1991), a pesquisa exploratória procura aprimorar idéias ou descobrir instituições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas de exemplos similares.

Para consecução dos objetivos propostos, utilizou-se como método de procedimento o estudo de caso. Conforme Vergara (1998), este estudo de caso é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entidades essas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país. Tem caráter de profundidade e detalhamento.

Esse método adotado é devido a necessidade de verificar através da opinião dos funcionários, se a COTEMINAS está praticando a Responsabilidade Social.

3.2 AMBIENTE DA PESQUISA

Para Lakatos e Marconi (1991), a delimitação do universo consiste em explicar que pessoas ou coisas, fenômenos, etc., serão pesquisados, enumerando suas características comuns, por exemplo, sexo, faixa etária, organização a que pertencem, comunidade onde vivem, etc.

O universo da pesquisa foi referido aos funcionários da COTEMINAS da unidade de São Gonçalo do Amarante. Com relação a estes, o tipo de amostragem utilizada foi a por acessibilidade, por parecer a mais adequada no presente caso.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os instrumentos de coleta de dados utilizados foram: análise documental, questionários programados e entrevistas estruturadas (ver anexo).

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Conforme Vergara (1998), o tratamento dos dados refere-se aquela seção na qual se explicita para o leitor como se pretende tratar os dados a coletar, justificando por que tal tratamento é adequado aos propósitos do projeto. Os dados coletados foram tratados de forma qualitativa e quantitativa em função da natureza do presente problema de pesquisa.

4. PROCESSO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA COTEMINAS

4.1 MEIO AMBIENTE

A COTEMINAS tem se preocupado muito com o meio ambiente. A prova disso é que a empresa possui seu Sistema de Gestão Ambiental (Balanço Ambiental 1990-1997) nas dependências da fábrica onde descreve seus principais objetivos:

FIGURA 1 – PLACA LOCALIZADA NAS DEPENDÊNCIAS DA COTEMINAS – S.G.A. SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL



FONTE: COTEMINAS S.G.A., 2002.

- Implementação de cursos de educação ambiental para crianças e adultos.
- Construção e operação de estação de tratamento de efluentes (ETE) que a empresa, onde são tratados biologicamente os efluentes industriais e sanitários através do processo de iodo ativado, modalidade de aeração prolongada. A ETE tem capacidade para tratar 234

metros cúbicos de água por hora. Este volume é equivalente ao consumo de uma cidade com uma população aproximada de 60.000 habitantes.

- Redução de emissão de gases poluentes com a utilização de gás natural em substituição ao óleo combustível.

- Implantação de projeto de urbanização de toda área industrial com implantação de aproximadamente 200.000m³ de gramado; plantio de 1350 mudas de árvores de diversas espécies e criação de animais. A COTEMINAS mantém dentro de seu parque industrial uma reserva ambiental cobrindo uma área de 870.000 m². A preservação dessa área garante a existência de várias espécies de animais e vegetais.

- Estabelecimento de convênio com a UFRN para realização de pesquisa e cooperação técnica, visando contribuir para a preservação e exploração racional da área de manguezais pertencentes a "Área de Reserva Ecológica da COTEMINAS"; aproveitamento de energias renováveis, tais como: solar e eólica; a racionalização do uso da energia elétrica e térmica, bem como gás natural.

- Reciclagem de lixos e resíduos industriais. Todo resíduo gerado pela empresa é separado e armazenado em silos específicos de acordo com o tipo de material. A coleta seletiva segrega os seguintes materiais: papelão, arame, plástico, metal, vidro e embalagens plásticas. Posteriormente estes materiais, são enviados para organismos externos para reciclagem ou reaproveitamento.

- Implantação do Programa Escola Verde com plantio de horta.

- Redução do uso de lubrificantes através da adoção de práticas de manutenção preventiva.

- Redução do consumo de água, vapor e combustíveis com a aquisição de novos e modernos equipamentos de preparação, tinturaria e estamparia de tecidos.

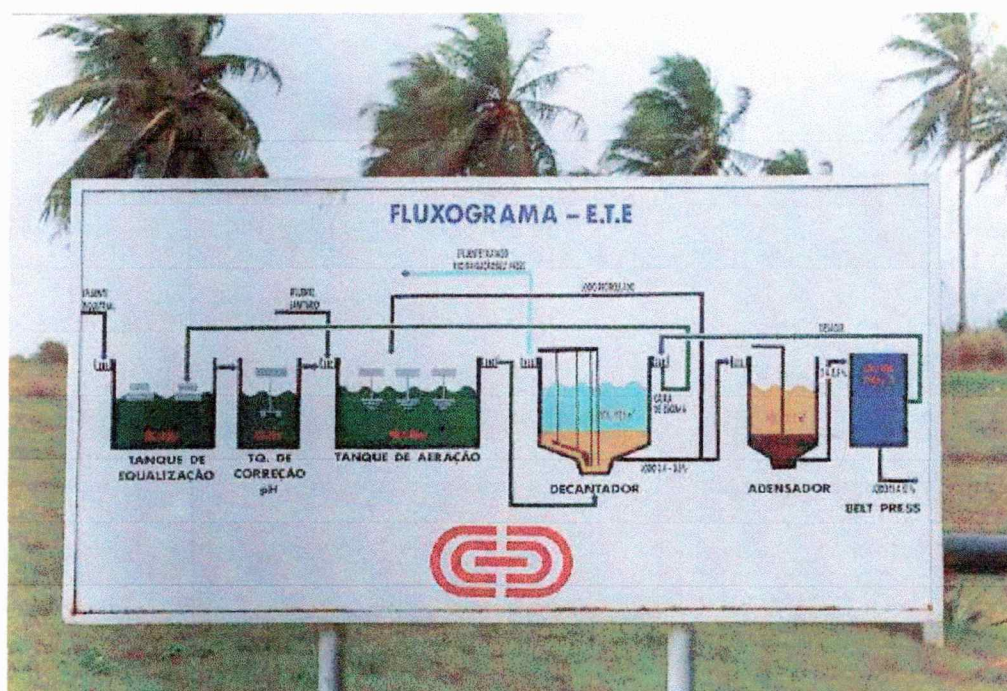
- Desenvolvimento de projetos de forma a promover "reciclo" total da água de processos industriais.

- Desenvolvimento de ações visando a certificação ISO 14000.

4.1.1 Estação de tratamento de efluentes - ETE

A COTEMINAS desenvolveu uma moderna estação de tratamento de efluentes (ETE) onde são tratados biologicamente os efluentes industriais e sanitários. Os efluentes passam pelo sistema de gradeamento, vão para um tanque de equalização, seguindo para um tanque de correção de pH, sendo enviados para o tanque de aeração, na finalização vão para o decantador, adensador e desagüe para o rio Potengi, conforme pode se observar nas figuras de 2 a 8.

FIGURA 2 - PLACA FIXADA NA ÁREA DA ETE DA COTEMINAS MOSTRANDO O FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE TRATAMENTO DE EFLUENTES



FONTE: COTEMINAS S.G.A., 2002.

FIGURA 3 - OS EFLUENTES ORIUNDOS DA FÁBRICA ATRAVÉS DE TUBULÕES, CAEM NA CAIXA DE GRADEAMENTO E EM SEGUIDA NO TANQUE DE EQUALIZAÇÃO DA ETE



FONTE: COTEMINAS S.G.A, 2002.

FIGURA 4 - VISTA PANORÂMICA DO TANQUE DE AERAÇÃO DA ETE DA COTEMINAS.



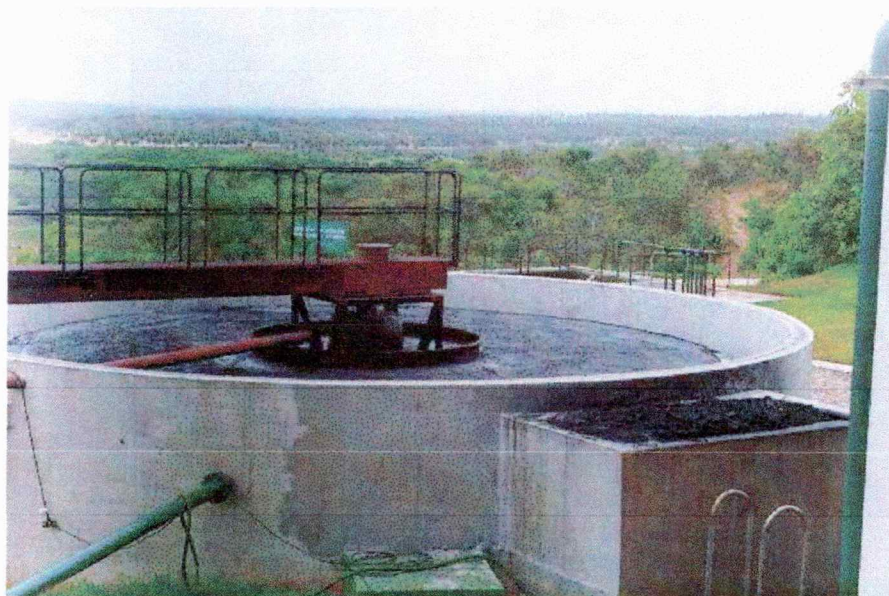
FONTE: COTEMINAS S.G.A, 2002

FIGURA 5 – VISTA DO TANQUE DE DECANTAÇÃO DA ETE DA COTEMINAS



FONTE: COTEMINAS S.G.A., 2002

FIGURA 6 – VISTA DO TANQUE ADENSADOR DA ETE DA COTEMINAS.



FONTE: COTEMINAS/S.G.A., 2002.

FIGURA 7 – DETALHE DA CANALETA, ATRAVÉS DA QUAL, APÓS O TRATAMENTO, OS EFLUENTES SÃO ENVIADOS PARA O RIO POTENGI.



FONTE: COTEMINAS S.G.A., 2002

FIGURA 8 – VISTA PANORÂMICA DA ETE DA COTEMINAS. EM PRIMEIRO PLANO, O TANQUE DE AERAÇÃO E, AO FUNDO, O RIO POTENGI.



FONTE: COTEMINAS S.G.A., 2002.

4.1.2 Reserva Ecológica

A COTEMINAS mantém dentro de seu parque industrial uma reserva ecológica cobrindo uma área de 870.000m². A preservação dessa área garante a existência de várias espécies de animais e vegetais.

4.2 COLETA SELETIVA

Todo resíduo gerado pela empresa é separado e armazenado em silos específicos de acordo com o tipo de material.

A coleta seletiva segrega os seguintes materiais: papelão, arame, plástico, metal, vidro e embalagens plásticas. Posteriormente estes materiais, conforme suas características, são enviados para organismos externos para reciclagem ou reaproveitamento.

4.3 EDUCAÇÃO

4.3.1 Telecurso

A empresa, em parceria com o Sesi e o SENAI, oferece a seus colaboradores o ensino de 1º e 2º grau, através do sistema de Telecurso, em salas de aula disponibilizadas com todos os recursos para uma melhor aprendizagem.

Os instrutores são qualificados em metodologia de ensino de adultos, e recebem o acompanhamento pedagógico da equipe Sesi/SENAI. Atualmente 95 colaboradores estudam na empresa.

4.3.2 Formação de Técnicos

A empresa mantém um programa que visa a formação de técnicos têxteis nas principais escolas do país como por exemplo no CETIQT-RJ.

4.3.3 Oficinas Profissionalizantes

São oferecidos, periodicamente, mini cursos aos colaboradores e seus dependentes, nas dependências da Escola da COTEMINAS, visando promover a melhoria de renda nas famílias. Os cursos (doces e salgados, corte e costura, cabelereiro, manicure, entre outros) são organizados em parceria com o SESI/SENAI.

4.3.4 Escola Infantil

O CEI – Centro de Educação Infantil, promove a aprendizagem e socialização de 400 crianças em idade pré-escolar, em sua maioria filhos de colaboradores. Atualmente 20% das vagas são destinadas a crianças da comunidade.

A escola, através da parceria com a Prefeitura de São Gonçalo, conta com profissionais (professores e monitores), e apoio pedagógico através de supervisores do SESI. A equipe docente é qualificada para o ensino de crianças portadoras de necessidades especiais. São oferecidos aos alunos gratuitamente, pela empresa, atendimento médico, odontológico e nutricional.

4.3.5 FORMARE

FORMARE é um ambiente de aprendizagem profissional para desenvolver a potencialidade de jovens entre 15 e 17 anos, pertencentes à população de baixa renda, para integrá-los à sociedade como cidadãos e profissionais, através da ação voluntária.

A Iochpe-Maxion S.A. criou suas primeiras escolas técnicas em 1998, no Rio Grande do Sul e em São Paulo, que foram as pioneiras no engajamento de seus colaboradores na ação voluntária. Em 1995, a Fundação Iochpe, braço social do Grupo Iochpe-Maxion, responsável por projetos na área de educação, cultura e bem-estar social, assumiu a coordenação das escolas técnicas, tendo como desafio o aperfeiçoamento dos cursos oferecidos e a ampliação do projeto. As escolas passaram então a serem identificadas como FORMARE e ganharam logomarca própria. Naquela ocasião o Programa FORMARE constituía-se de quatro escolas nas unidades fabris de Canoas e Santa Rosa / RS, Contagem / MG e Cruzeiro / SP. A

supervisão técnica das escolas passou a ser realizada pelo Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná – CEFET/PR, vinculado ao Ministério da Educação, que atua na estruturação dos materiais pedagógicos e na avaliação dos resultados de desempenho. Os alunos aprovados pelas escolas FORMARE no Brasil recebem certificados conferidos pelo MEC, através do CEFET/PR.

Para integrar o FORMARE, a empresa precisa destinar espaço físico de cerca de 60m² com estrutura escolar padrão, definir um coordenador e contribuir com uma taxa mensal destinada ao Fundo de Desenvolvimento da Metodologia FORMARE.

A empresa se compromete ainda com os seguintes benefícios para os alunos:

- Bolsa auxílio;
- Alimentação;
- Transporte;
- Seguro de vida em grupo;
- Assistência médica e odontológica;
- Uniforme;
- Material escolar;
- Assistência social e psicológica.

a) Princípios do FORMARE

- Atenção do educador, de forma a promover seu desenvolvimento como profissional e cidadão integrado ao meio em que vive;
- Atenção ao educador, identificado junto ao corpo funcional da empresa mantenedora, que ao trabalhar como voluntário se promove como cidadão;
- Atenção ao espaço físico, que deve ser preparado de modo a possibilitar a integração do fazer e do pensar nas atividades previstas no planejamento curricular;
- Atenção com a inserção dos alunos formado no mercado de trabalho, com acompanhamento e orientação no período inicial.

b) Os três pilares do FORMARE:

- Aprender a aprender – ter a capacidade de continuar aprendendo e assimilando as mudanças ao longo da vida.
- Aprender a fazer – ter a capacidade de desempenhar uma ação prática usando conhecimento na solução de problemas do dia a dia.
- Aprender a conviver – ter a capacidade de auto conhecer-se como indivíduo e interagir no coletivo com autonomia, solidariedade e responsabilidade.

c) Os benefícios do FORMARE para a COTEMINAS

- Identificação da COTEMINAS com a imagem de educação é sinônimo de atualização com as necessidades do país no século XXI. Assim como desenvolvimento de pessoal qualificado dentro da própria empresa.
- Melhoria na motivação dos colaboradores e a humanização do ambiente de trabalho.
- Benefício de ajudar a comunidade em que a COTEMINAS está inserida.
- Melhoria nas características de liderança do educador voluntário e a possibilidade de estarem com jovens em situação de extrema dificuldade, colocando sua própria carreira em perspectiva.

d) Os benefícios do FORMARE para os alunos

- Iniciação profissional em um ambiente empresarial e a possibilidade de conviver com pessoas que vivenciam o trabalho de uma empresa, entendendo e transmitindo as dificuldades e potencialidades deste tipo de trabalho. Aprendendo também a ser responsável.
- Experiência profissional em seus currículos, assim como a possibilidade de entrar no mercado de trabalho.
- Melhoria na qualidade de vida e nos relacionamentos familiares; consequência da importância que o FORMARE dispensa as relações humanas ao longo do curso.

e) Objetivos

- Possibilitar que a COTEMINAS desenvolva um trabalho social de qualidade junto a comunidade.
- Gerar o interesse entre os colaboradores em participar de programas de cidadania.
- Evitar o desperdício de recursos materiais e humanos com ações sociais que não geram resultados efetivos.

O curso proposto para o FORMARE/COTEMINAS, é o de Operador de Produção Têxtil (OPT). O campo de atuação para esse profissional são indústrias têxteis.

A seleção dos conteúdos tem duas bases: Instrumental e Tecnológica.

Base instrumental:

- Higiene, saúde e segurança;
- Comunicação e relacionamento;
- Organização industrial e comercial;
- Matemática aplicada;
- Informática;
- Atividade de Integração

Base Tecnológica:

- Fibras & fiação;
- Desenho técnico;
- Tecnologia têxtil;
- Automação têxtil & conservação;
- Confecção têxtil;
- Qualidade;
- Logística e distribuição;
- Prática profissional (estágio supervisionado – mínimo 110 horas).

4.3.6 Oficinas para a comunidade.

São oferecidos, periodicamente, mini cursos aos colaboradores e seus dependentes, nas dependências da Escola COTEMINAS, visando promover a melhoria de renda nas famílias.

Os cursos (doces e salgados, corte e costura, cabeleireiro, manicure, etc.) são organizados em parceria com o SESI/SENAI.

4.3.7 Programa de visita da família

A COTEMINAS promove periodicamente a visita da família. Neste dia, os familiares dos colaboradores visitam as instalações da empresa e assistem palestra que explica os benefícios do colaborador. O objetivo é integrar a família ao ambiente de trabalho, bem como motivar o colaborador.

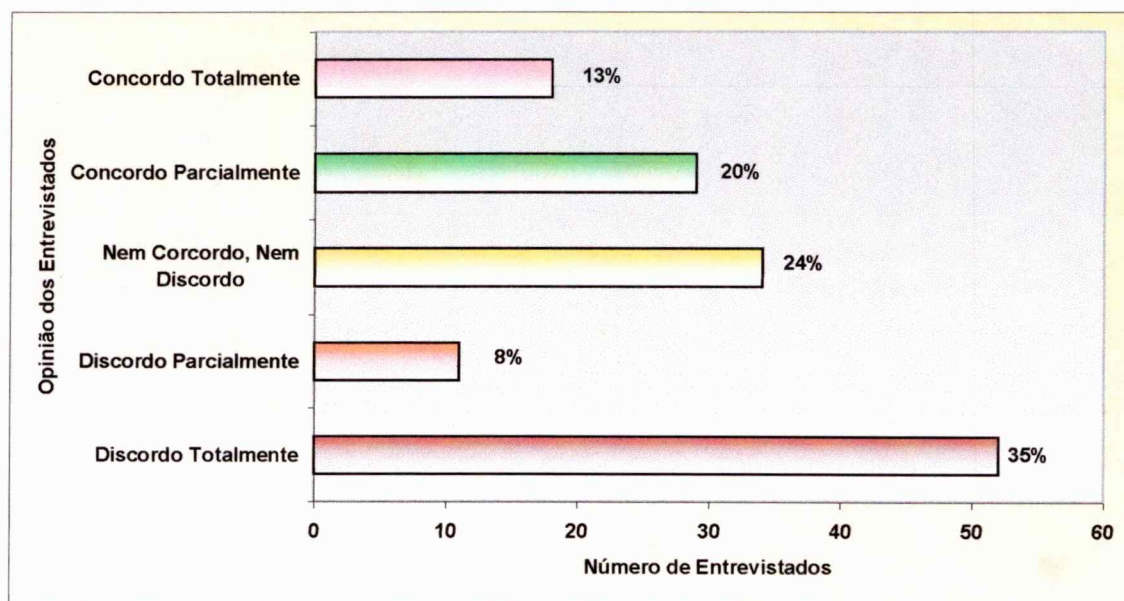
4.4 PAPEL DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA

Os funcionários que compuseram a amostra da pesquisa foram caracterizados de acordo com as seguintes variáveis de segmentação: sexo, idade, grau de instrução, estado civil, renda familiar.

Tais dados permitiram levantar algumas informações que foram primordiais para alcançar os objetivos do trabalho.

Conforme os dados apresentados no gráfico 01, conclui-se que 52 (35%) dos entrevistados afirmam que na empresa não existe programa de incentivo à cultura. Enquanto que apenas 13% dos colaboradores entrevistados entendem que a empresa possui programa de incentivo à cultura. Os demais se dividem em concordo parcialmente, com 20%; discordo parcialmente, 8% e 24% dos entrevistados não tinham opinião formada.

GRÁFICO 01 – PROGRAMA DE INCENTIVO À CULTURA



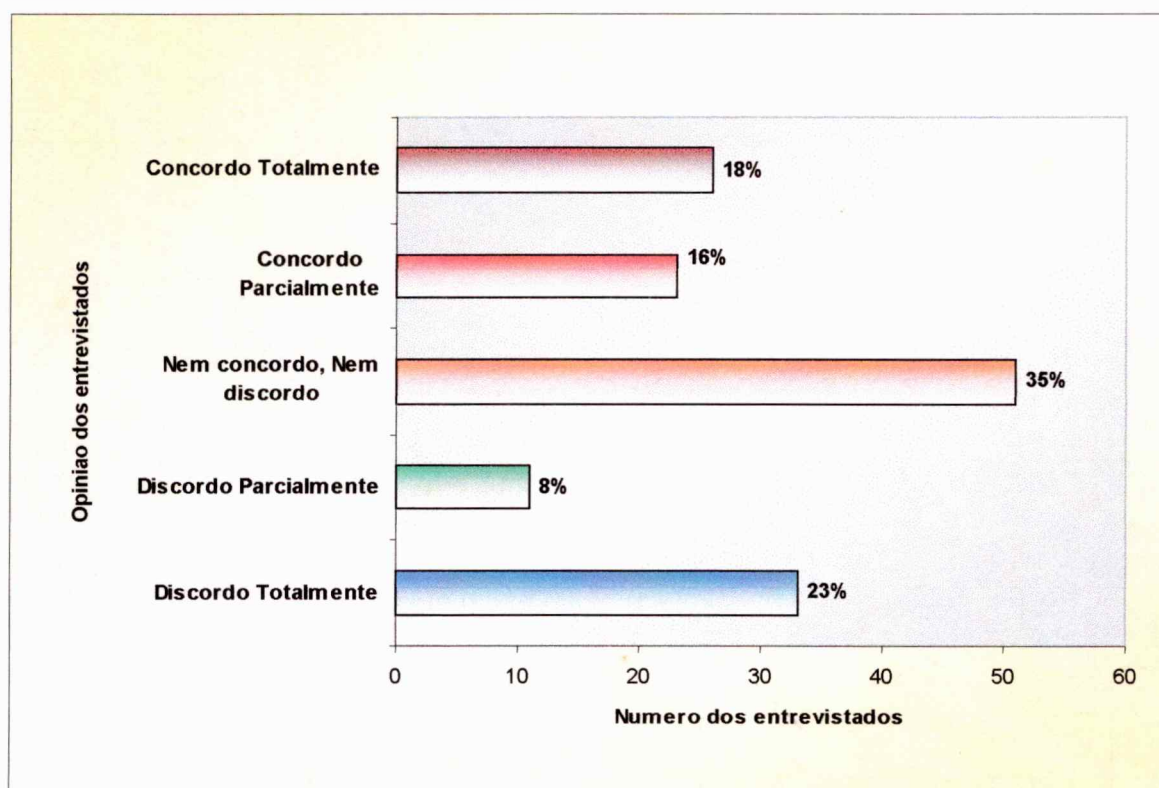
FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Observa-se que a maioria dos entrevistados assegura que não existe na organização programa de incentivo a cultura. Sabe-se o que o desenvolvimento cultural numa organização são fatores imprescindíveis a alavancagem de seu desenvolvimento, diante da competição cada vez mais acirrada é preciso algumas modificações na forma de se organizar e

gerenciar uma empresa. Logo, os fatores culturais e suas tradições são ferramentas imperativas na busca da excelência organizacional.

O gráfico 02 apresenta que 26 (18%) dos colaboradores entrevistados concordam que na empresa existe a coleta seletiva do lixo. Enquanto que 33 (23%) dos colaboradores entrevistados afirmam que a empresa não possui a coleta seletiva do lixo. Os demais se dividem em concordo parcialmente, com 16%; discordo parcialmente, 8% e existiram aqueles entrevistados que não tinha opinião formada, 35%.

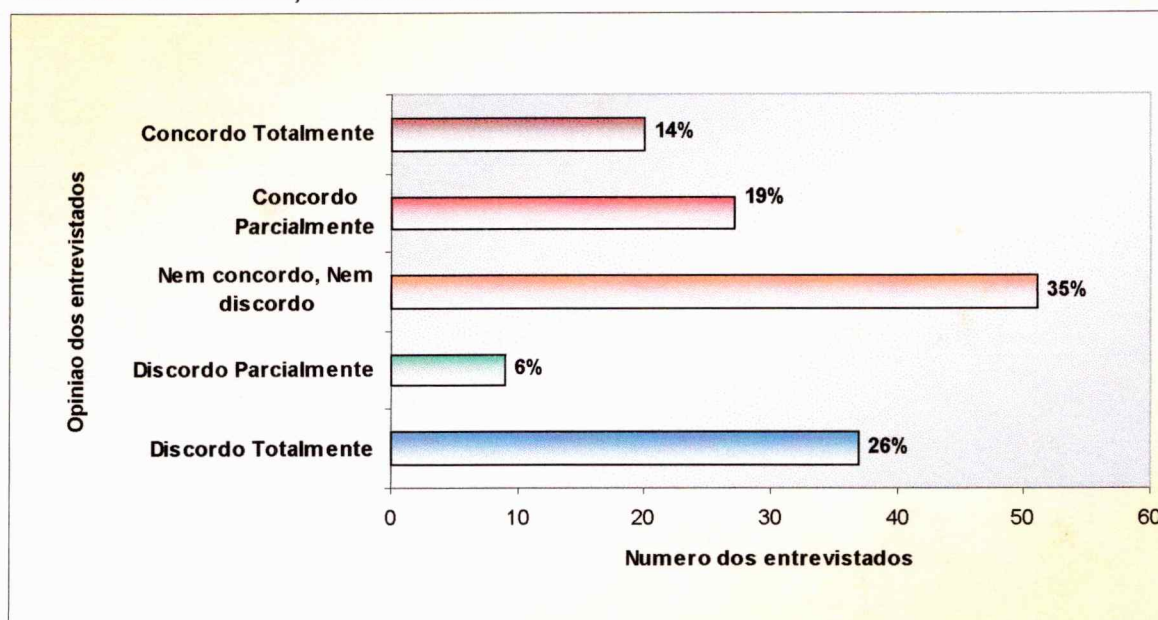
GRÁFICO 02 – COLETA SELETIVA DO LIXO



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Observa-se no gráfico 03, que 20 (14%) dos colaboradores entrevistados concordam que a empresa oferece educação ambiental. Enquanto que 37 (26%) dos colaboradores dizem que a empresa não oferece educação ambiental. Os demais se dividem em concordo parcialmente, com 19%; discordo parcialmente, 6% e os colaboradores que não tinham opinião formada, 35%.

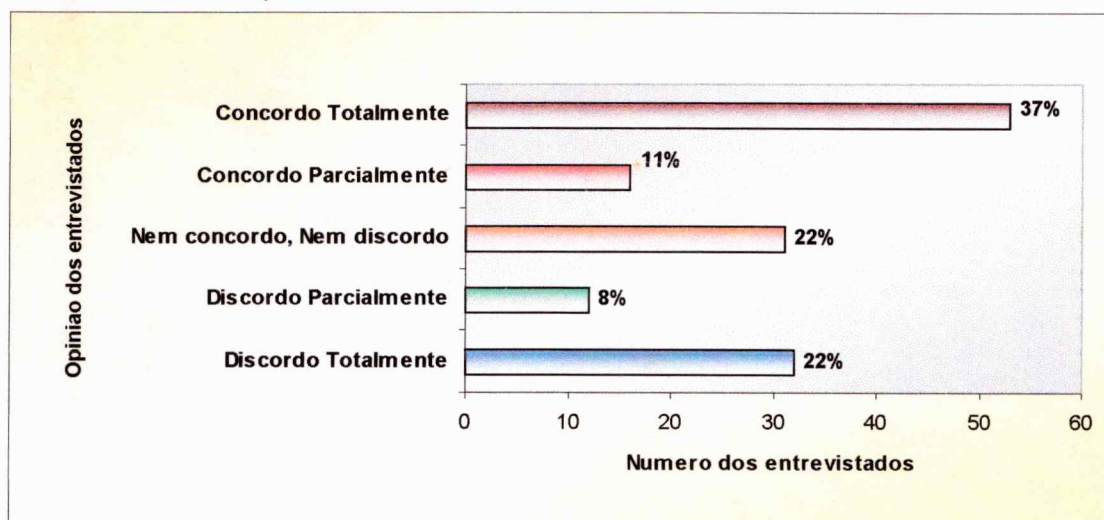
GRÁFICO 03 – EDUCAÇÃO AMBIENTAL



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Verifica-se no gráfico 04, que 53 (37%) dos colaboradores entrevistados concordam que a empresa tem procurado reduzir o consumo dos agentes poluentes. Mas 32 (22%) dos colaboradores afirmam que a empresa não reduziu o consumo dos agentes poluentes. Os demais se dividem em concordo parcialmente, com 22%; discordo parcialmente, 8% e os colaboradores que não tinham opinião formada, 22%.

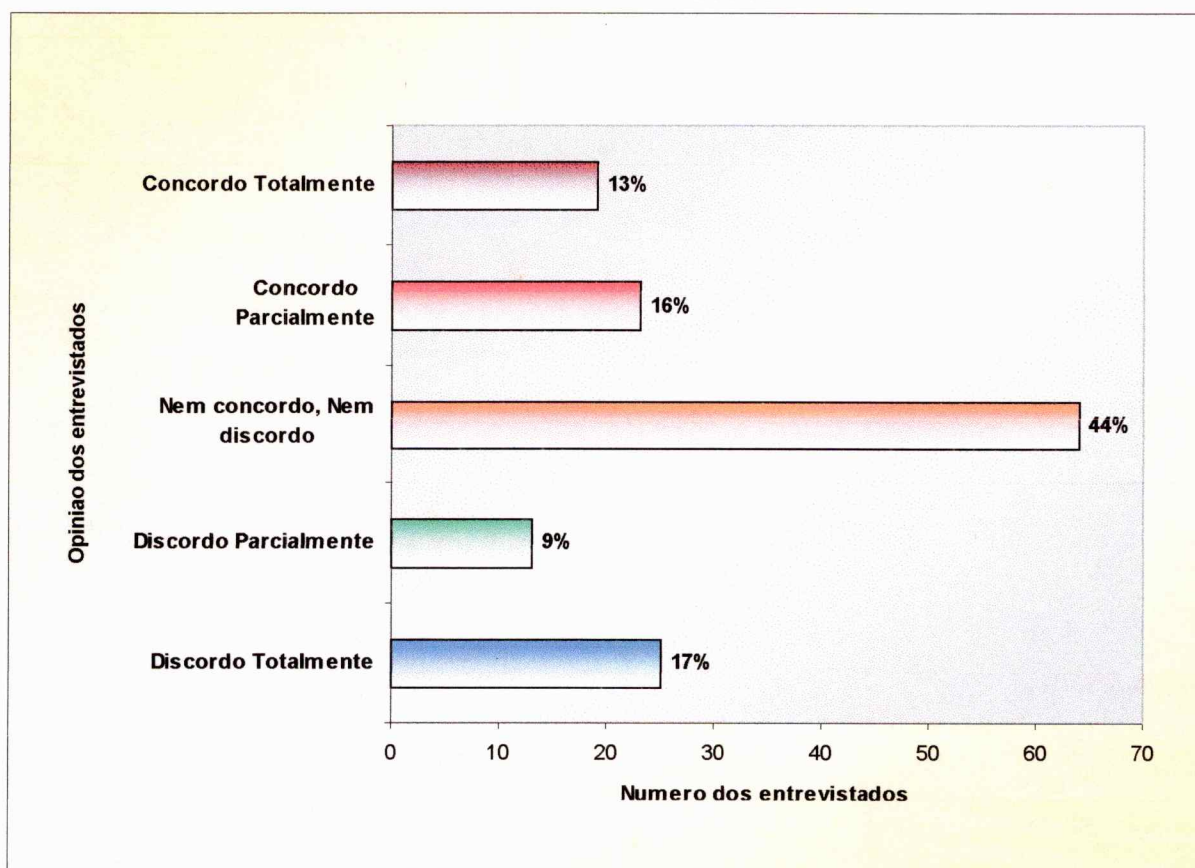
GRÁFICO 04 – REDUÇÃO DE CONSUMO DE AGENTES POLUENTES



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Em linhas gerais no gráfico 05, precisamente 53 (37%) dos colaboradores entrevistados concordam que a empresa possui em suas instalações sistemas para tratamento de água e esgoto. Entretanto, 32 (22%) dos colaboradores dizem que a empresa não possui sistema para tratamento de água e esgoto. Os demais entrevistados se dividem em concordo parcialmente, com 22%; discordo parcialmente, 8% e os colaboradores que não tinham opinião formada, 22%.

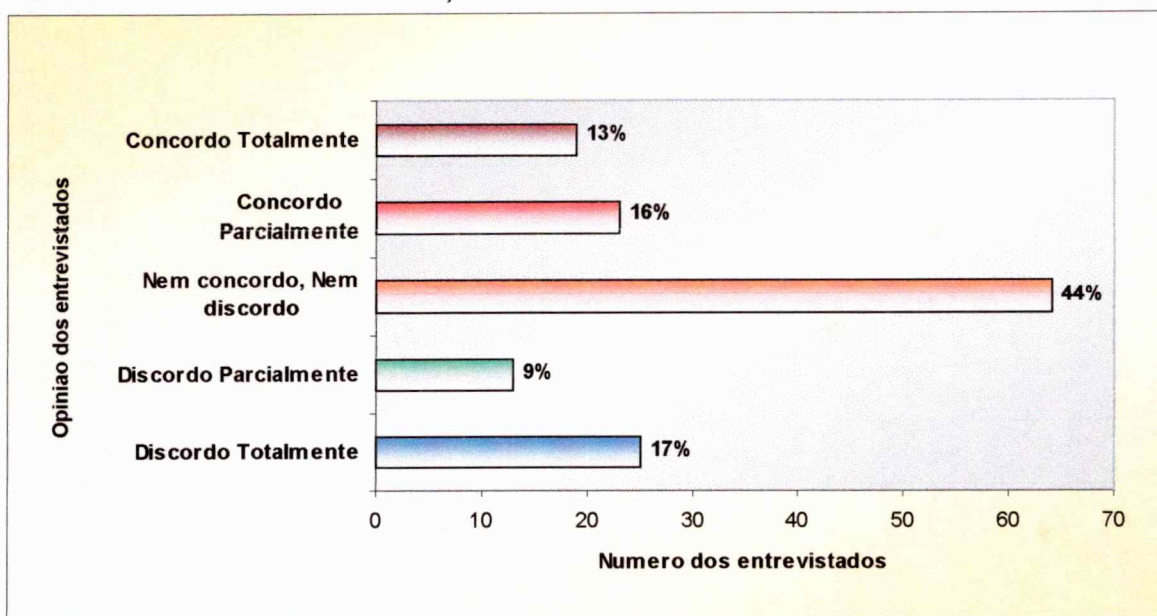
GRÁFICO 05 – SISTEMA DE TRATAMENTO DE ÁGUA E ESGOTO



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

A análise do gráfico 06 mostra que 19 (13%) dos colaboradores entrevistados concordam que a empresa possui normas proibindo o trabalho infantil. Contudo, 25 (17%) dos colaboradores afirmam que a empresa não possui normas proibindo o trabalho infantil. Os demais se dividem em concordo parcialmente, com 16%; discordo parcialmente, 9% e a maioria dos colaboradores 44% não tinha opinião formada.

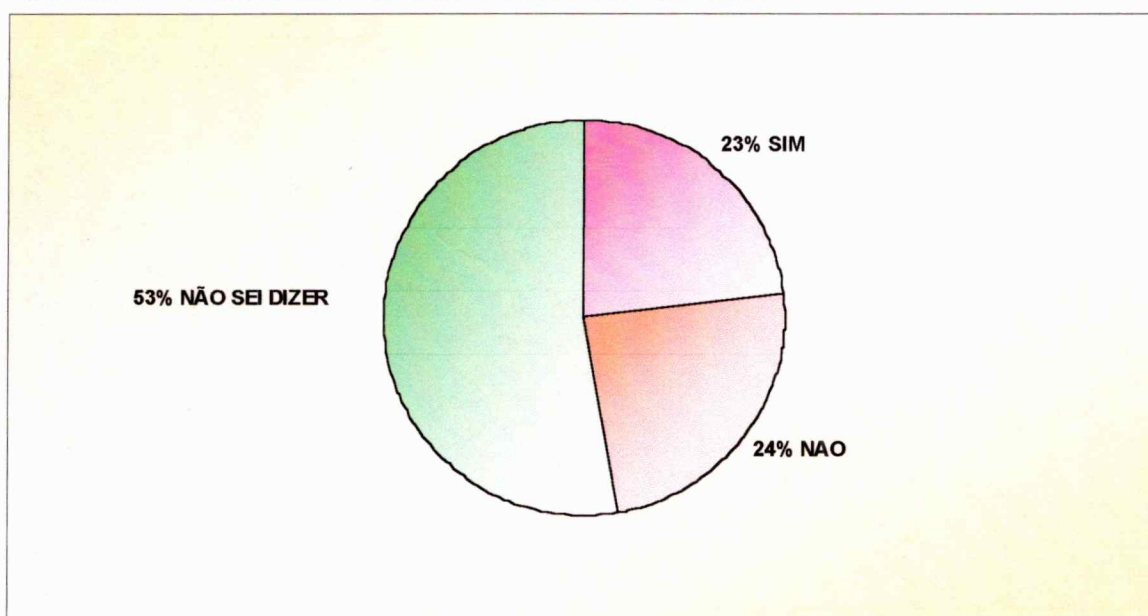
GRÁFICO 06 – NORMAS DE PROIBIÇÃO DO TRABALHO INFANTIL



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

A partir dos dados do gráfico 07, conclui-se que 33 (23%) dos entrevistados afirmam que conhecem os programas de Responsabilidade Social realizados pela empresa. Enquanto que 35 (24%) colaboradores dizem que a empresa não possui programas de Responsabilidade Social. E a grande maioria 76 (53%) não tinham opinião formada.

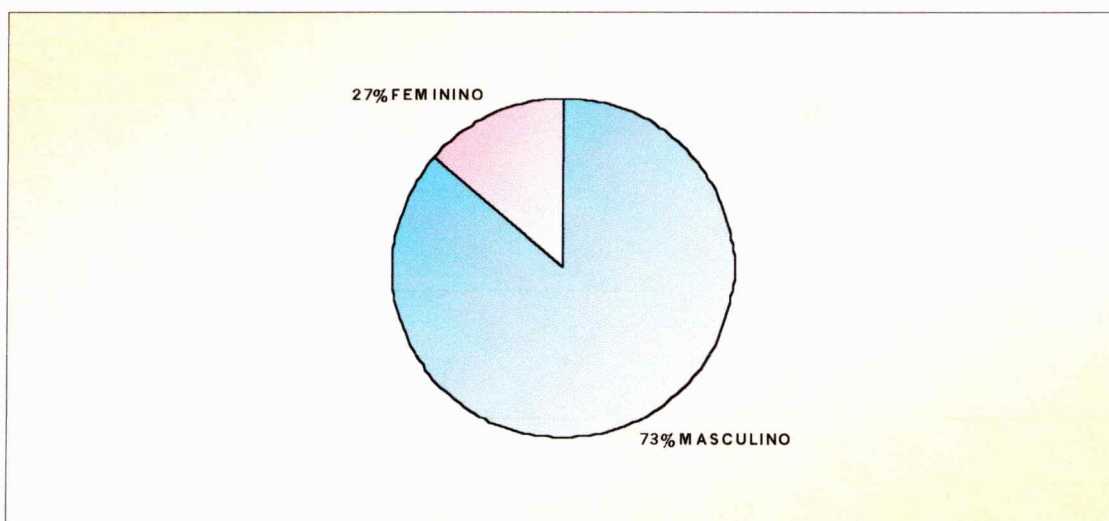
GRÁFICO 07 – PROGRAMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Quanto ao sexo, conforme dados do gráfico 08, verificou-se que 105 (73%) dos entrevistados são do sexo masculino e apenas 39 (27%) são do sexo feminino. A análise desses dados evidência que a grande maioria dos cargos da empresa são preenchidos, por elementos do sexo masculino.

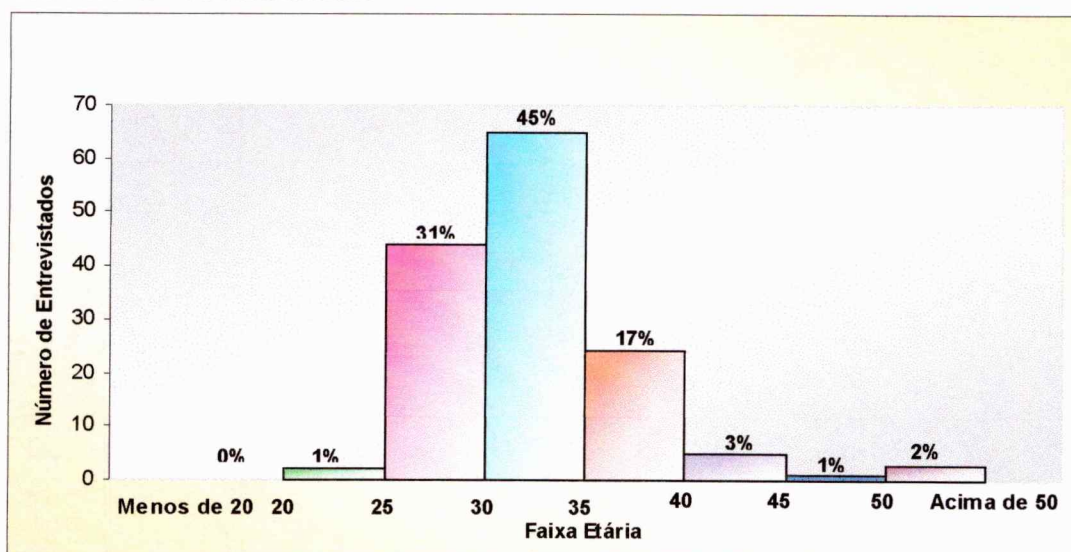
GRÁFICO 08 – SEXO



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Os dados do gráfico 09, comprovam que a maioria dos entrevistados concentram-se na faixa etária entre 30 e 35 anos, 45%; entre 25 e 30 anos, 31%; e 35 e 40 anos, 17%. Nas demais faixas temos: 1% entre 20 e 25 anos; 3% entre 40 e 45 anos; 1% entre 45 e 50 anos e 2% acima de 50%.

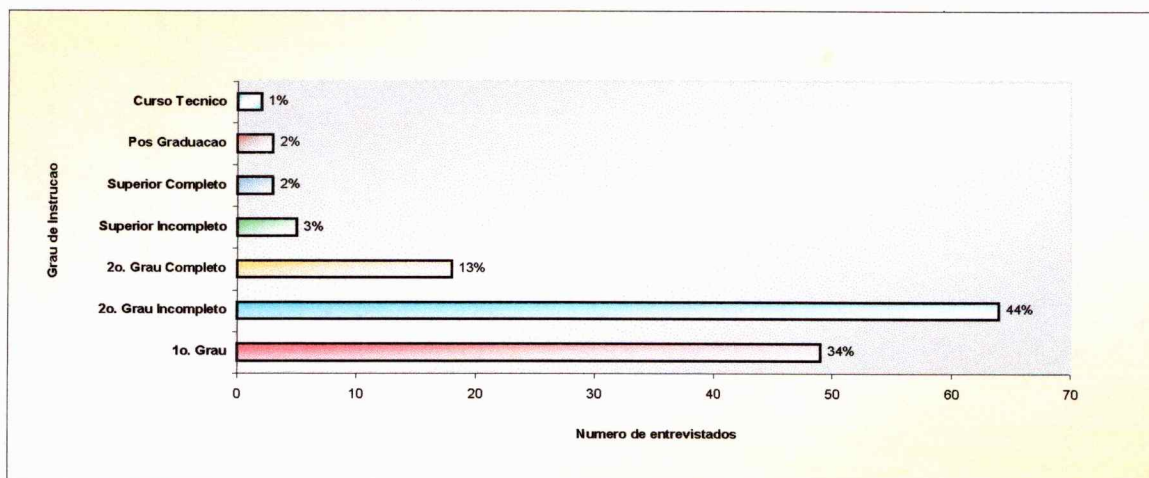
GRÁFICO 09 – FAIXA ETÁRIA



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Quanto ao grau de instrução, verifica-se no gráfico 10, que a maioria dos entrevistados 64 (44%) não concluíram o 2º. grau. Enquanto que 49 (34%) concluíram o 1º. grau. E apenas 18 (13%) concluíram o 2º. grau. Os demais entrevistados 3% possuem curso superior incompleto; 2% concluíram o nível superior; 2% possuem pós-graduação e 1% possui curso técnico.

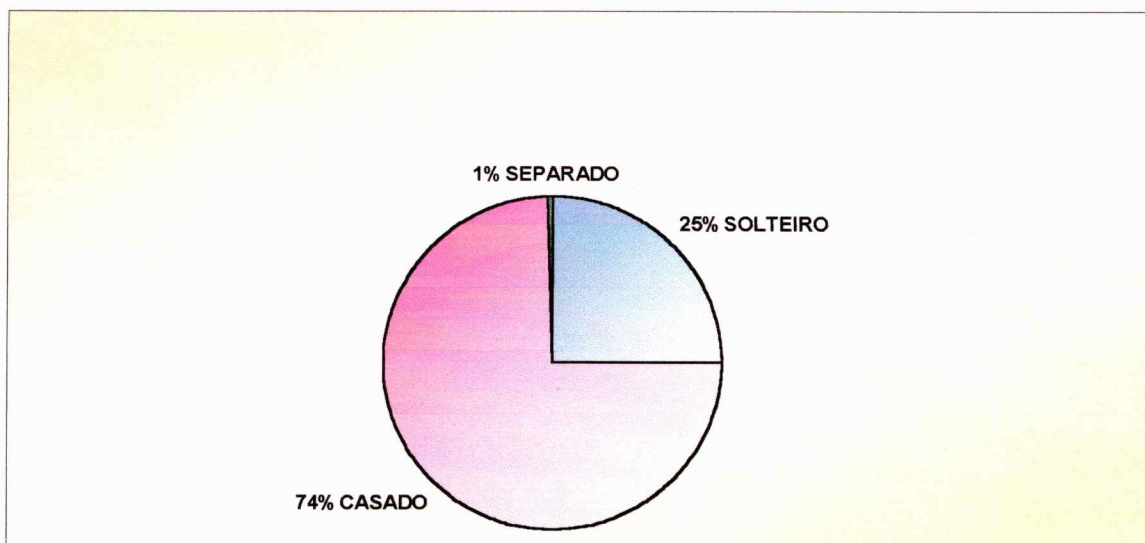
GRÁFICO 10 – GRAU DE INSTRUÇÃO



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

De acordo com o gráfico 11, observa-se que dos 107 (74%) entrevistados são casados, e, 36 (25%) são solteiros, apenas 1% são separados.

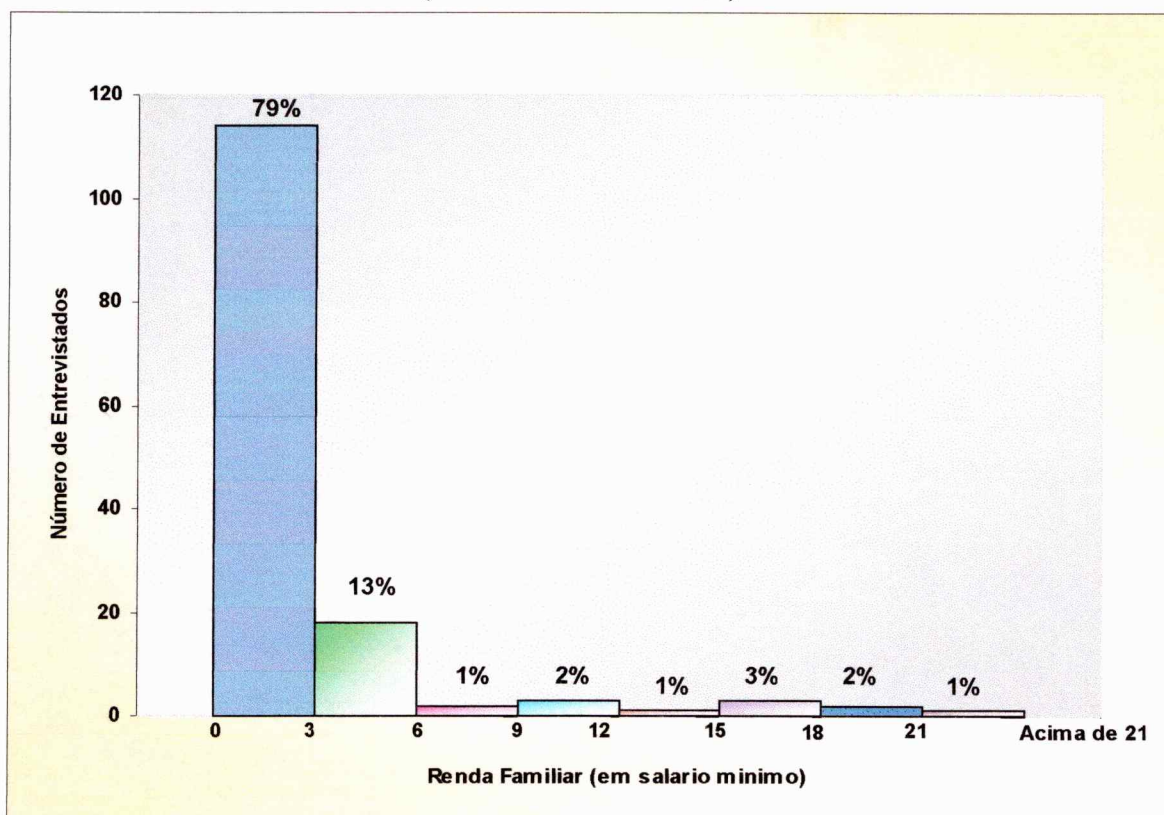
GRÁFICO 11 – ESTADO CIVIL



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

Conforme a análise do gráfico 12, concluiu-se que a maioria dos entrevistados (79%) possuem uma renda familiar entre 0 e 3 Salários Mínimos, 13% recebem entre 3 e 6 SM. Os demais 1% possuem uma renda familiar entre 6 e 9 SM, 2% entre 9 e 12 SM, 1% entre 12 e 15 SM, 3% entre 15 e 18 SM, 2% entre 18 e 21, e apenas 1% acima de 21 SM.

GRÁFICO 12 – RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)



FONTE: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COTEMINAS/SGA, 2003.

4.5 COMPARAÇÃO DOS DADOS DA EMPRESA COM A LITERATURA

Em um mercado onde a competição está cada vez mais acirrada, a realização de ações de responsabilidade social, sobretudo aquelas voltadas a satisfazer necessidades ou criar benefícios à população carente, constitui um significativo diferencial na gestão de negócios da empresa. Ao contrário do que se imagina, o que define a abrangência das ações sociais das empresas não é apenas o valor do investimento, mas a forma como ele é realizado.

Verifica-se que as empresas que conseguem perpetuar em seus negócios, são aquelas capazes de agregar valores à sociedade. Desenvolver um trabalho social garante, portanto, não somente o respeito de seus consumidores, como também de seus colaboradores, que cada vez mais satisfeitos com o trabalho terão, conseqüentemente, maior produtividade.

Com a empresa objeto deste estudo, a COTEMINAS, não é diferente. A Responsabilidade Social, é uma preocupação que está inserida no dia-a-dia da empresa há muito tempo, é um processo que nunca se esgota, pois sempre há algo a se fazer. É uma ação educativa que evolui com o tempo.

Em linhas gerais, é pertinente afirmar que de acordo com a literatura apresentada nesse trabalho, fica claro que a COTEMINAS, é uma empresa que desenvolve programas de Responsabilidade Social, de maneira a atender tanto seus colaboradores, como a comunidade local.

A prática demonstra que um programa de Responsabilidade Social só traz resultados positivos para a sociedade e para a empresa, se for realizada de forma autêntica. A Responsabilidade Social é a chave para toda empresa que se preocupa com seus clientes, fornecedores, colaboradores e acionistas.

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 CONCLUSÃO

A partir dos anos 90 tem-se marcado, em um ritmo promissor, uma crescente consciência de que a empresa pode e deve assumir dentro da sociedade um papel mais amplo, transcendente ao de sua vocação básica de geradora de riquezas. Como organismos vivos, as empresas incorporam mudanças e procedimentos no intuito de se adaptar às novas realidades e garantindo, até estrategicamente, suas posições no mercado.

Nesse contexto de mudanças, o setor empresarial abraça, cada vez mais, causas maiores e mais abrangentes que o enriquecimento de seus acionistas: abraça o compromisso com o desenvolvimento sustentável, a responsabilidade com o entorno comunitário, a cumplicidade com seus funcionários no exercício de programas de atuação social.

Como se pôde ver com a conclusão do presente trabalho, detectou-se que os colaboradores da empresa objeto deste estudo, não tem informações sobre o papel de responsabilidade social desenvolvido pela empresa.

Por sua vez, a comparação entre o papel da Responsabilidade Social vigente na unidade objeto de estudo, com o recomendado pela literatura, demonstra que a COTEMINAS, é uma empresa que desenvolve programas de Responsabilidade Social nas áreas de Meio Ambiente e Educação, de maneira a atender tanto seus colaboradores, como a comunidade local.

5.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Algumas sugestões podem ser recomendadas para trabalhos futuros, entre as quais pode-se destacar:

- Realizar a pesquisa com todos os colaboradores da unidade;
- Aplicar o trabalho em outras unidades da COTEMINAS;
- Organizar um evento para divulgação do Programa de Responsabilidade Social da empresa, com depoimentos dos colaboradores que se beneficiam e realizar um intercâmbio entre as unidades, caso seja possível.

BIBLIOGRAFIA

- ABBAGNAMO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- ALMEIDA, FERNANDO. *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. Qualitymark: Rio de Janeiro, 1999. p. 82 e 83.
- BELMONT, Wagner. *Natura associa a imagem à responsabilidade social*. Disponível em: http://www.manager.com.br/reportagem/reportagem.phas?id_reportagem=241. Acesso em: 28 mar 2003.
- CIMBALISTA, Silmara. *Responsabilidade Social*. Revista Analise Conjuntural, v.23, n. 5-6, p. 12, maio/jun. 2001.
- COSTA, Maria Alice Nunes. *Para empresas mais do que socialmente responsáveis*. Disponível em: http://www.catho.com.br/jcs/inpuer_view.phtml?id=1911&print=1 . Acesso em: 28 mar 2003.
- COTEMINAS, Cia. De Tecidos do Norte de Minas. Disponível em: <http://www.coteminas.com.br>. Acesso em 15 abr 2003.
- CREDIDIO, Fernando. *Comunicar é preciso, desde que com ética e responsabilidade social*. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/artigos.asp?local:artigos> . Acesso em: 09 jun. 2003.
- FERNANDES, Ângela. *A responsabilidade social e a contribuição das relações públicas*. Disponível em: <http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/reponsabilidadesocial/00>. Acesso em: 17 abr 2003.
- FERREIRA, Aurélio B. de Holanda. *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*. 2.ed. rev. amp. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.
- GIL, Antônio Carlos. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- KISIL, Marcos. *O valor do marketing na responsabilidade social*. Disponível em: <http://jornal.valeparaibano.com.br/especial/artigo-m.html> . Acesso em: 17 abr. 2003.

- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- INFORMATIVO RESPONSABILIDADE SOCIAL. *Oportunidade com responsabilidade*. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com> . Acesso em 02 jun 2003.
- MANAGER ONLINE. *Empresa responsável é mais valorizada e vira critério para executivo no momento da seleção*. Disponível em: http://www.manager.com.br/reportagem/reportagem.phd.id_reportagem=244 . Acesso em: 28 mar 2003.
- RICO, Elizabeth de Melo. *Responsabilidade Social*. Revista São Paulo em Perspectiva. Vol 11, n. 4 outubro-dezembro/97.
- ROCHA, Fábio. *Cidadania empresarial: um caminho sem volta*. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/artigos.asp?id=5> . Acesso em: 02 jun 2003.
- RODRIGUES, Zuleide Ribeiro. *Universidade, ética e responsabilidade social*. 2002. Apostila Minicurso de responsabilidade social nas empresas – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- RUIZ, Ana Paula. *Aumenta a responsabilidade social por parte das empresas*. Jornal Carreira & Sucesso, ed. 172, publicado 24 mar 2003. Disponível em: http://www.cato.com.br/jcs/inpuer_view.phtml?id=5553&print1. Acesso em: 20 jun 2003.
- SOLANO FLETA, Luis. *Fundamento de las relaciones publicas*. Madri, Sínteses.
- XAVIER, Ricardo Almeida Prado. Informativo Eletrônico, boletim@manager.com.br. Acesso em: 30 mai 2003
- VERGARA, Sylvia Constant; BRANCO, Paulo Durval. *Empresa humanizada: a organização necessária e possível*. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo: FGV, v.41, n.2, abr./jun. 2001. P.21.

ANEXO

Instrumento de Coleta de Dados dos colaboradores da COTEMINAS - S.G.A / RN

Com base nas afirmativas abaixo, responda de acordo com a escala seguinte:

DT – Discorda Totalmente

CP – Concorda Parcialmente

DP – Discorda Parcialmente

CT – Concorda Totalmente

NCD – Nem Concorda, Nem Discorda

Questionamentos	DT	DP	NCD	CP	CT
1 – Existem programas de incentivo à cultura					
2 – A empresa possui processo de coletas seletivas para lixo					
3 – A empresa proporciona aos seus colaboradores atividades para educação ambiental					
4 – A empresa tem procurado reduzir o consumo de agentes poluentes					
5 – A empresa possui em suas instalações sistemas para tratamento de água e esgoto					
6 – A empresa possui normas proibindo o trabalho infantil					

7- Você conhece os programas de Responsabilidade Social que a empresa realiza?

☐ Sim

☐ Não

☐ Não sei dizer

8 – Sexo

☐ Masculino

☐ Feminino

9 – Faixa etária (em ano)

☐ Menos de 20 anos

☐ 20 a 25 anos

☐ 25 a 30 anos

☐ 30 a 35 anos

☐ 35 a 40 anos

☐ 40 a 45 anos

☐ 45 a 50 anos

☐ acima de 50 anos

10 – Qual o grau de instrução ?

☐ 1º Grau

☐ 2º Grau Incompleto

☐ 2º Grau Completo

☐ Superior Incompleto

☐ Superior Completo

☐ Pós-Graduação

☐ Curso Técnico

11 – Estado Civil

☐ solteiro (a)

☐ casado (a)

☐ viúvo (a)

☐ Separado

12 – Qual a renda familiar (em salários mínimos) ?

☐ 0 a 3

☐ 3 a 6

☐ 6 a 9

☐ 9 a 12

☐ 12 a 15

☐ 15 a 18

☐ 18 a 21

☐ acima de 21