

**FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE
INSTITUTO ENSINAR BRASIL – REDE DOCTUM DE ENSINO**

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: o caso de uma indústria de
cosméticos do interior de Minas Gerais**

Talles Jefferson Valentim*

Homero Domingues**

RESUMO

Nas últimas décadas, questões relacionadas à Responsabilidade Socioambiental e o crescimento sustentável nas organizações estão sendo constantemente debatidas pela sociedade. Este estudo teve como objetivo identificar os principais projetos sociais e ambientais em uma indústria de cosméticos, bem como compreender a percepção dos moradores e beneficiários locais em relação às ações desenvolvidas pela empresa. A relevância da pesquisa está no fato da responsabilidade socioambiental ser um assunto de interesse de diversos públicos envolvidos com as organizações, sejam eles funcionários, clientes, fornecedores, gestores ou sociedade local. Para a realização do estudo foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros e artigos sobre o tema, além de um estudo de caso em uma indústria de cosméticos do interior de Minas Gerais, com a realização de entrevista com o gestor da empresa e a aplicação de questionário com os moradores da cidade em que está inserida a indústria de cosméticos. Por meio dessas pesquisas foi possível entender que a preservação do lucro da instituição está diretamente relacionada aos investimentos em sustentabilidade apresentados pela empresa. Além disso, foi possível entender a percepção da comunidade local quanto aos projetos socioambientais implantados pela organização.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Ambiente Organizacional. Crescimento Sustentável. Comunidade Local.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as questões referentes à Responsabilidade Socioambiental têm ganhado espaço nas mídias e, sobretudo nas ações das organizações e de seus gestores. Porém, percebe-se que no Brasil as ações empresariais ainda são

* Graduando em Administração da Faculdade Doctum de João Monlevade;
tallesjeffersonvalentim@gmail.com

** Professor Orientador; Mestre em Administração; homerodomingues@yahoo.com.br

incipientes no que se refere à sustentabilidade.

Para uma organização ser considerada sustentável, é necessário que atenda às suas necessidades do presente, sem comprometer os recursos que garantirão o desenvolvimento e o bem-estar das gerações futuras.

Deve, sobretudo, preocupar-se com todas as variáveis e pessoas envolvidas em seus processos, trabalhando para atingir as metas econômicas, sem perder de vista os objetivos da sociedade em geral, notadamente a preservação do meio ambiente.

Para a visão clássica da empresa, incorporar em seu planejamento estratégico as questões socioambientais, além da obrigação legal, eleva os custos e reduz o lucro das empresas. Esse posicionamento é uma estratégia de curto prazo que não se sustenta diante do conceito de empresa socialmente responsável. Para que haja perpetuação da política de responsabilidade socioambiental, trabalha-se com a visão de lucro a longo prazo, como forma de alcançar os objetivos empresariais (BORGES, 2013).

Diante do exposto, questiona-se: como uma empresa pode visar ao lucro e, concomitantemente, implementar medidas de responsabilidade socioambiental? Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo geral identificar os principais projetos sociais e ambientais implantados por uma indústria de cosméticos, bem como compreender a percepção dos moradores e beneficiários locais em relação às ações desenvolvidas pela indústria e entender como esses investimentos geram lucros para a organização. Além disso, os objetivos específicos desse estudo são: caracterizar os diferentes projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela indústria de cosméticos; descrever a percepção dos moradores e dos beneficiários quanto aos resultados gerados pelos projetos; identificar como a empresa consegue conciliar responsabilidade socioambiental com a preservação de seu lucro; além de apresentar para a empresa os resultados da pesquisa e propor algumas ações para continuidade dos projetos.

Portanto, a responsabilidade socioambiental é um assunto do interesse de diversos públicos, o que atribui relevância a este estudo. Todos os indivíduos ligados às organizações – sejam eles funcionários, clientes, fornecedores, gestores e sociedade local – são beneficiados, direta ou indiretamente, por estudos que visem a embasar e fomentar ações empresariais voltadas à preservação do meio ambiente e pelo desenvolvimento de projetos sociais.

Sendo assim, esse trabalho tem o intuito de investigar o tema em relação aos benefícios advindos da adoção da responsabilidade socioambiental dentro de uma organização.

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, a pesquisa divide-se em duas etapas. A primeira tem uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, para aprofundamento do tema por meio do levantamento bibliográfico em livros e artigos especializados no tema. Essa parte também é constituída por entrevista semiestruturada com o principal gestor da empresa e por observação de dados secundários em alguns órgãos governais, responsáveis pela área de Responsabilidade Socioambiental. A segunda etapa tem caráter descritivo e uma abordagem quantitativa, com o fim de coletar dados sobre a percepção da sociedade local acerca dos projetos socioambientais implementados por uma indústria de cosméticos do interior de Minas Gerais.

O artigo encontra-se dividido da seguinte forma: após essa breve introdução, é abordado o referencial teórico que apresenta autores que fazem considerações a respeito da contextualização histórica da responsabilidade socioambiental, do conceito de responsabilidade socioambiental empresarial, dos benefícios e vantagens da implantação da responsabilidade sócio empresarial dentro das organizações, além da abordagem sobre indicadores de desempenho. A próxima seção faz menção a caracterização da organização onde será realizado o estudo de caso. Em seguida, apresenta-se a metodologia utilizada na realização do trabalho. Logo após, aborda-se a pesquisa e a análise dos dados apurados durante a realização do trabalho. Encerra-se o trabalho com as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir, serão abordadas as principais bibliografias e autores utilizados para o tema, contextualizando o surgimento, conceito e características.

2.1 Contextualização Histórica da Responsabilidade Socioambiental

De acordo com Dias (2017), os consumidores começaram a ter consciência das questões socioambientais durante a segunda metade do século XX, essa conscientização ocorreu ao mesmo tempo que cresceram de forma considerada as

denúncias a respeito dos impactos ambientais que as atividades organizacionais estavam causando no meio ambiente.

Reis e Medeiros (2007) acrescenta que, a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) teve o seu início nos anos de 1960 nos Estados Unidos da América (EUA), motivada pela busca por maior consciência de segmentos da sociedade em relação à responsabilidade das empresas na preservação do meio ambiente e dos direitos dos consumidores.

Diante de um contexto econômico caracterizado por uma rígida postura dos consumidores que possuem uma percepção direcionada à expectativa de interagir com organizações que sejam éticas, com uma imagem institucional de crédito com o mercado, e com empresas que sejam ecologicamente responsáveis, têm-se desenvolvido nas empresas uma visão voltada para a gestão da responsabilidade social (TACHIZAWA, 2004).

No Brasil, no ano de 1998, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) elaborou a Declaração de Princípios da Indústria para o Desenvolvimento Sustentável. Essa declaração continha normas que visavam ao crescimento empresarial de forma simultânea ao desenvolvimento social e ambiental. A publicação do documento foi considerada como um grande passo para que as empresas colocassem em seu planejamento maneiras de realizar as suas atividades de uma forma que não gere um impacto negativo no meio ambiente e contribua para o desenvolvimento da sociedade em que está inserida (DIAS, 2017).

A partir das considerações históricas apresentam-se a seguir, os principais conceitos e características sobre a Responsabilidade Socioambiental Empresarial.

2.2 Responsabilidade Socioambiental Empresarial

De acordo com Tachizawa (2002), a responsabilidade socioambiental quando implementada nas organizações agrega valor para os clientes e serve como diferencial competitivo para a organização. Nesse sentido as organizações devem implantar a responsabilidade socioambiental em suas atividades e fazer com que todos os envolvidos e impactados pelas ações percebam as atitudes que equilibram o crescimento econômico com o desenvolvimento da sociedade e do meio ambiente.

Percebe-se entre as empresas com destaque em ações de responsabilidade socioambiental benefícios como uma melhor imagem institucional, melhor

aproveitamento dos recursos e acesso a mercado de capitais, etc. Benefícios esses que podem ajudar em uma melhor competitividade no mercado, formados, na maioria das vezes, por uma elevada rivalidade entre os competidores.

Sendo assim, Aligleri; Aligleri e Krunglianskas (2009), mencionam a competitividade no novo contexto empresarial e segundo os autores:

A revolução tecnológica e o mundo cada vez mais globalizado estão gerando transformações e, conseqüentemente, um novo contexto competitivo empresarial. Rapidez nas informações, maior concorrência e comunicação instantânea ocasionaram uma nova realidade para as organizações. Preço, produto de qualidade, notável serviço ao cliente e controle de custos são condições mínimas para a sobrevivência das empresas e isoladamente não impulsionam o crescimento da organização (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009, p. 4).

Esses autores também revelam que o macroambiente tem impostos novos desafios para as organizações, tais como: maior valorização por comportamentos ecologicamente corretos, busca por qualidade de vida no trabalho, postura ética e diversidade da força de trabalho devido aos novos valores sociais, cultura e estilo de vida.

Diante do cenário atual, com o aumento da competitividade e a preocupação das empresas em manter os clientes e/ou conquistar o mercado consumidor, torna-se necessária a adoção de práticas de responsabilidade socioambiental, o que pode trazer resultados positivos para as organizações.

Responsabilidade Socioambiental diz respeito à postura adotada por uma empresa no sentido de criar melhoria contínua para a sociedade e o meio ambiente. Empresas de todos os segmentos, por meio da aplicação da responsabilidade socioambiental em suas atividades buscam formas de ressarcir todo o público envolvido e que será afetado pelos processos das organizações, com práticas que contribuam com a melhoria contínua do meio ambiente e conseqüentemente tragam uma melhor qualidade de vida para as pessoas (LACERDA; MOURA, 2016).

Pode inferir que as empresas que não traçarem metas estratégicas em seus negócios para conquistar a competitividade, não sobreviverão em meio àquelas organizações que visam ao alinhamento da teoria com a prática. Nota-se que, em um mundo onde a disputa por um espaço no mercado está cada vez mais acirrada, apenas as empresas que realmente implantarem estratégias que de fato contribuíram para colocar em prática o exercício da responsabilidade socioambiental, irão ter continuidade no mercado empresarial. Desse modo, é fundamental que essas

empresas sejam socialmente responsáveis e adotem estratégias para alcançar o desenvolvimento sustentável e que atendam aos aspectos legais (TACHIZAWA, 2004).

2.3 Desenvolvimento Sustentável

Segundo Dias (2017), o desenvolvimento sustentável dentro das organizações é representado pelas dimensões econômica, social e ambiental. Levando-se em conta a dimensão econômica, ser uma organização sustentável é obter o retorno esperado através do investimento realizado na implantação da organização. Já na dimensão social a organização deve adotar formas de proporcionar para todos os envolvidos no contexto organizacional melhores condições de vida. Por fim, a dimensão ambiental aponta que a organização deve colocar em prática ações que contribuam para o desenvolvimento ambiental, deve obter uma postura de responsabilidade ambiental.

Donaire (2016) corrobora que, o desenvolvimento sustentável vai além da antiga visão que as organizações tinham a respeito do motivo de sua existência, que era simplesmente auferir lucro através da produção de bens e serviços, com a nova visão, para ser considerada uma empresa sustentável, a organização além de obter lucro deve preocupar-se com a forma como modifica o meio ambiente e a sociedade ao qual está inserida.

Para Tachizawa (2007), a busca pela sustentabilidade e conseqüentemente o desenvolvimento sustentável por parte das organizações está se tornando uma realidade para o mundo dos negócios, além de ser essencial para o crescimento econômico empresarial, a busca pelo desenvolvimento sustentável é fator de vantagem competitiva para a organização. O autor acrescenta que, questões sociais e ambientais, em equilíbrio com as questões econômicas são essenciais para o êxito e a sobrevivência dos negócios.

Para tanto, as empresas podem se valer de indicadores que auxiliam na identificação do grau de responsabilidade de suas empresas. Na literatura sobre o assunto encontram-se várias ferramentas de indicadores de sustentabilidade que serão abordadas a seguir.

2.4 Indicadores de Responsabilidade Socioambiental

Segundo Karkotli e Aragão (2004), os indicadores de responsabilidade socioambiental (RSA) são instrumentos utilizados pelas empresas a fim de direcionar suas estratégias em busca da vantagem competitiva. Os indicadores constituem importantes critérios para orientar a gestão e o planejamento de políticas e ações que podem ser desenvolvidas pelas empresas (MARTINS; CANDIDO, 2008).

Nas literaturas sobre o tema, encontram-se diversos modelos de avaliação de RSA que podem ser utilizados pelas organizações e que são adotados em vários países. Para tanto, muitas organizações utilizam desses indicadores que acompanham e controlam as práticas e estratégias empresariais para obter competitividade e lucratividade.

O tema indicador de desempenho em RSA, no Brasil, teve o seu início, em 1997, com lançamento do modelo de Balanço Social, por Betinho, do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), considerado um dos primeiros modelos utilizados no Brasil. Na mesma época, em 1998, houve também a criação do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, pelo empresário Oded Grajew (RABELO; SILVA, 2011).

Segundo Godoy et al. (2007), o Balanço Social leva em consideração os principais indicadores de desempenho econômico, social e ambiental das empresas. Ele pode ser considerado um meio de ampliar a comunicação com seus diversos públicos de interesse: acionistas, consumidores/clientes, comunidade vizinha, funcionários, fornecedores, governo, organizações não governamentais, mercado financeiro e sociedade.

O Instituto Ethos de Responsabilidade Social utiliza de um conjunto composto de quatro dimensões, sendo: visão e estratégia; governança e gestão; ambiental; e social. Os Indicadores Ethos têm como foco avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social têm sido incorporadas nos negócios, auxiliando a definição de estratégias, políticas e processos (BOTELHO, K. T. et al, 2015).

Segundo Botelho, K. T. et al (2015), outro indicador muito utilizado em nível mundial, refere-se aos relatórios da *Global Reporting Initiative* (GRI), uma organização sem fins lucrativos, criada em 1997 por meio de uma ação conjunta da *Coalizition for Environmentally Responsible* (CERES) e do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). A finalidade dessa Organização Não Governamental (ONG)

é contribuir para a melhoria dos relatórios de sustentabilidade publicados pelas empresas com maior qualidade, rigor e aplicação global, a fim de tornar os relatórios internacionalmente harmônicos. Esses relatórios devem ser elaborados com total transparência, abrangência, relevância, neutralidade, exatidão, objetividade e facilidade de compreensão.

O GRI utiliza de uma guia de apresentação com os principais indicadores de desempenho organizado pelas dimensões: econômica, social e ambiental (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2015).

O *Global Reporting Initiative* (GRI) é formado por uma rede de peritos e representantes de diversos setores da sociedade (empresas, organizações não governamentais, peritos, agências governamentais, entre outros), presentes em mais de 40 países ao redor do mundo. Esses profissionais participam em grupos de trabalho e órgãos de governança do GRI e determinam as diretrizes do GRI para a realização de relatórios de sustentabilidade com a constante participação de diversas partes interessadas (HOURNEAUX JÚNIOR; CORRÊA; GOMES, 2010).

Considerando um índice como simplesmente um indicador de alta categoria, leva-se em conta o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), também como um indicador de Responsabilidade Social. De acordo com Botelho, K. T. *et al* (2015), o ISE avalia o desempenho das 150 empresas com as ações mais negociadas na BOVESPA – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros. Essas empresas devem demonstrar desempenho em relação à gestão sustentável no Brasil e ser referência para investidores financeiros no mundo todo, que estão em busca de aplicações em empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis.

Outro indicador, utilizado por empresas brasileiras e de outros países refere-se ao Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial – GRACE. Trata-se de uma associação, sem fins lucrativos e exclusivamente dedicada à promoção da Responsabilidade Social Corporativa. O GRACE foi fundado em Fevereiro de 2000 por um conjunto de empresas e atualmente reúne mais de 150 empresas, das mais variadas dimensões e setores de atividade, empenhadas em aprofundar o seu papel no desenvolvimento social das pessoas e das organizações. O GRACE tem como missão: refletir, promover e desenvolver a responsabilidade social corporativa em Portugal (GRACE 2014).

Para a presente pesquisa, pretende-se utilizar o indicador GRACE, pela simplicidade e facilidade de aplicação em pequenas e médias empresas. O Grace

(2014) trata das seguintes dimensões de Responsabilidade Social: a) Responsabilidade na gestão; b) Responsabilidade pelos colaboradores; c) Responsabilidade na cadeia de valor; d) Responsabilidade pela comunidade; e) Responsabilidade pelo ambiente.

3 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

No ano de 1989, a empresa Bio Extratus Cosméticos Naturais deu início às suas atividades, na cidade de Belo Horizonte – Minas Gerais, quando os proprietários procuravam um diferencial na área de cosméticos, e além disso, buscavam produtos capazes de atender às expectativas de todos os níveis de consumidores, tanto em qualidade quanto em preço. No início do ano de 1991 surge a marca Extratus – Produtos Naturais, a primeira empresa a apostar na utilização do óleo de tutano em cosméticos capilares.

Em meados de 1997, a empresa passava por uma revolução tecnológica, seus processos, mesmo que ainda timidamente, deixavam de serem artesanais para serem tecnológicos. As vendas aumentavam consideravelmente e a marca passava a se tornar referência para uma grande gama de clientes. Em 1998, a Extratus Produtos Naturais passou a se chamar Bio Extratus Cosméticos Naturais.

Atualmente, superando os 25 anos de atuação no mercado, oferecendo emprego diretamente para mais de 500 pessoas, a empresa Bio Extratus é uma organização que apresenta grande grau de satisfação por parte de seus clientes e demais envolvidos. É uma empresa que preza o crescimento sustentável e busca meios de levar benefícios a todos os públicos que são impactados por suas ações.

A Bio Extratus tem como missão “oferecer ao consumidor, cosméticos de alta qualidade e preço acessível, produzidos de forma sustentável, com ética e responsabilidade socioambiental. Crescer junto com nossos fornecedores, parceiros comerciais e colaboradores, ampliando a participação no mercado, através de parcerias consolidadas”. Já a visão da organização é “ser referência nacional na fabricação sustentável de produtos cosméticos, reconhecidos pela sua qualidade, que combinam natureza e tecnologia”. Além disso, a empresa possui os seguintes valores: comportamento ético, inovação tecnológica, primazia em saúde, segurança no trabalho, meio ambiente e serviço de qualidade.

4 METODOLOGIA

Quanto à natureza trata-se de uma pesquisa aplicada. Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, a pesquisa subdividiu-se em duas etapas. A primeira etapa consiste na abordagem qualitativa, de caráter exploratório, para aprofundamento do tema em livros e artigos especializados. Segundo Lakatos e Marconi (1991), a pesquisa bibliográfica trata-se do levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisado em livros, enciclopédias, revistas, jornais, folhetos, boletins, monografias, teses e dissertações. Essa parte, também foi constituída por entrevista com o gestor da empresa responsável pelos projetos socioambientais.

Já a segunda etapa teve caráter descritivo e uma abordagem quantitativa, com a coleta de dados primários, entre os moradores da cidade e beneficiários dos projetos socioambientais da empresa, a fim de investigar as percepções e conhecimentos acerca desses projetos. Com referência a esse levantamento como meio da pesquisa descritiva, Gil (2002) comenta que, além da multiplicidade de tipos, os levantamentos desenvolvem-se ao longo de várias fases, abrangendo a elaboração do instrumento de coleta de dados, pré-teste do instrumento, seleção da amostra, coleta e verificação dos dados, análise e interpretação dos dados e apresentação dos resultados.

A pesquisa foi desenvolvida em uma indústria de cosméticos do interior de Minas Gerais. Qualitativamente foi realizada uma entrevista com o principal gestor da instituição. Quantitativamente foi realizada uma pesquisa descritiva, com uma amostragem por julgamento¹ (BARBETTA, 2011).

5 PESQUISA E ANÁLISE DE DADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados referentes à entrevista com o principal gestor da indústria pesquisada, em relação aos indicadores de Responsabilidade Social utilizados, bem como a percepção dos moradores da comunidade local, no que tange a efetiva contribuição que os projetos desenvolvidos pela empresa trazem para a comunidade local.

¹ Neste tipo de amostra, os elementos escolhidos são aqueles julgados como típicos da população que se deseja estudar (BARBETTA, 2011).

5.1. Práticas de Responsabilidade Socioambiental na Indústria de Cosméticos

Foi realizada uma entrevista com o principal gestor da instituição, com a aplicação de um questionário com perguntas estruturadas. Para tanto, foi utilizado o modelo de indicador de sustentabilidade baseado no GRACE (2014), a partir de perguntas confeccionadas com opções de resposta evidenciando a existência ou não de critérios de indicadores de RSA. No caso de não aplicação da pergunta, para a empresa pesquisada, utilizou-se a opção “não se aplica”. O referido indicador utilizado trata das seguintes dimensões: a) Responsabilidade na gestão; b) Responsabilidade pelos colaboradores; c) Responsabilidade na cadeia de valor; d) Responsabilidade pela comunidade; e) Responsabilidade pelo ambiente. A partir da entrevista, pôde-se constatar que a Bio Extratus Cosméticos Naturais possui grande preocupação nos impactos que suas ações causam para a comunidade local e ao meio ambiente.

Para tanto, no que refere-se à dimensão responsabilidade na gestão, a instituição tem em seu planejamento estratégico princípios éticos que norteiam as atividades realizadas, bem como avalia e monitora a satisfação de todas as partes interessadas. Além disso, busca partilhar as informações sobre suas práticas e indicadores econômicos sociais e ambientais por meio de comunicações on-line.

No que tange à dimensão responsabilidade pelo ambiente, a instituição investe em procedimentos voltados para a redução do consumo de energia, da poluição e do consumo de água, além de desenvolver iniciativas para sensibilizar os colaboradores, fornecedores e clientes para as questões ambientais.

No tocante à dimensão responsabilidade pela comunidade, a instituição contribui para o desenvolvimento da sociedade local por meio de investimentos em ações que visam a melhorar a condição de vida das pessoas, seja através de patrocínios e doativos, ou pelo desenvolvimento de projetos sociais que envolvem toda a sociedade.

Já na dimensão responsabilidade pelos colaboradores, a instituição acredita que o desenvolvimento dos colaboradores, por meio do incentivo à educação, à saúde e pelo reconhecimento da capacidade profissional e pessoal das pessoas é fator preponderante para a satisfação dos funcionários no desempenho de suas atividades.

Com a relação à dimensão responsabilidade na cadeia de valor, a Bio Extratus Cosméticos Naturais realiza a gestão da sua cadeia de suprimentos, de modo a incentivar seus *stakeholders* na busca pela qualidade e honestidade, por meio de

contratos e negócios que não prejudiquem nem um lado nem o outro. Além disso, conta com ferramentas para registrar reclamações, tanto de consumidores e clientes, quanto de fornecedores.

Levando-se em conta todas essas dimensões, a instituição acredita que os investimentos realizados em responsabilidade socioambiental agregam valor à marca Bio Extratus e geram uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, o que garante a maximização do lucro da empresa, além de contribuir para o desenvolvimento da sociedade e do meio ambiente ao qual está inserida.

5.2 Percepção da Comunidade Local em Relação à Responsabilidade Socioambiental da Empresa Bio Extratus

Foi realizada uma pesquisa descritiva a fim investigar a percepção da sociedade local com relação aos projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa. Para tanto, foi utilizada uma amostra, por acessibilidade, composta por 136 respondentes com características heterogêneas.

Quando questionado aos entrevistados sobre o significado de RSA, cerca de 98,5% mostrou conhecimento do significado do termo. O que demonstra a importância do tema para a Sociedade local e para a empresa.

No que refere-se à percepção dos entrevistados sobre os projetos sociais implantados pela empresa, 94,9% dos respondentes disseram que a organização possui projetos sociais. Deste modo, considera-se que a sociedade local percebe os projetos sociais de autoria da empresa e os impactos positivos gerados por tais projetos. Por outro lado, no tocante aos projetos ambientais implantados pela organização, 75,7% dos respondentes consideram que a empresa possui projetos ambientais. Já os outros 24,3% dos entrevistados não souberam responder quando questionados se a empresa possui projetos ambientais. Diante disso, constata-se que a empresa deve trabalhar os seus projetos ambientais para que uma maior parte da sociedade perceba os projetos ambientais implantados na comunidade pela organização.

Quando solicitado aos respondentes para listarem os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela indústria pesquisada, foram identificados os seguintes, conforme consta no quadro (nº 1) a seguir:

Quadro 1: Projetos Sociais e Ambientais percebidos pelos entrevistados

PROJETOS SOCIAIS	PROJETOS AMBIENTAIS
Fundação Bio Extratus	Estação de tratamento de afluentes
Bateria Colibri	Fontes renováveis de energia
Passarela Bio Extratus	Gerenciamento de resíduos sólidos
Incentivo à educação	Reaproveitamento da água
Utilização da mão de obra local	Recuperação de nascentes
Apoio à prática de esportes e eventos culturais	Reposição da mata nativa
Não utilização de mão de obra infantil	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

Nota-se que 98,5% dos entrevistados tem conhecimento da definição de responsabilidade socioambiental e, desse modo sabem identificar os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela instituição, além de perceberem como estes contribuem para o desenvolvimento da comunidade local.

Salienta-se que, dentro dos projetos sociais listados pelos 129 entrevistados que disseram que a indústria possui projetos sociais, a maior lembrança como projeto social desenvolvido pela empresa foi o projeto Bateria Colibri, sendo mencionado por 86,1% do público que reconhece algum projeto de cunho social desenvolvido pela Bio Extratus.

Quanto aos projetos ambientais percebidos pelos 103 entrevistados que responderam que a empresa possui projetos ambientais, a maior lembrança foi o projeto Estação de tratamento de afluentes, sendo lembrado por 40,78% do público que reconhece que a empresa apresenta projetos ambientais.

Cerca de 86% dos entrevistados classificam a empresa como muito atuante no cenário da responsabilidade socioambiental. Porém, 60,3% dos respondentes não tem conhecimento sobre como a empresa define quais as ações e projetos serão implantados visando a atender às necessidades da sociedade. Estes, acreditam que a instituição, antes de elaborar os projetos socioambientais, participa de discussões envolvendo os líderes da comunidade, para saber quais as áreas necessitam de apoio.

Durante a aplicação da entrevista foi questionado se a comunidade necessita de algum projeto social ou ambiental que a organização ainda não atende, 61% dos entrevistados responderam que sim. Segundo esses entrevistados, a comunidade ainda é carente de alguns projetos sociais e ambientais que poderiam ser implantados pela empresa. Sendo assim, foi solicitado aos 61% dos entrevistados exemplos de

projetos sociais e ambientais que poderiam ser atendidos pela empresa. Diante dessa resposta, foram identificados os seguintes projetos sociais e ambientais que podem ser implantados pela instituição, conforme consta no quadro (nº 2) abaixo:

Quadro 2: Projetos Sociais e Ambientais sugeridos pelos entrevistados

PROJETOS SOCIAIS	PROJETOS AMBIENTAIS
Incentivo à educação para todos os membros da comunidade	Projeto de reciclagem que envolve toda a comunidade
Apoio à saúde para a comunidade e investimento em lazer para os idosos	Projeto de preservação do meio ambiente extensivo à comunidade
Projetos de apoio à arte e dança	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

Com base na entrevista realizada, percebe-se que a Bio Extratus Cosméticos Naturais contribui de forma assertiva para o desenvolvimento da comunidade local. Nota-se ainda que, 95,9% dos entrevistados possuem uma imagem positiva da instituição, o que torna fator preponderante para a ótima relação entre a instituição e a sociedade. Contudo, 88,7% dos entrevistados acreditam que a instituição poderia investir ainda mais em áreas como a saúde da população e a conscientização de toda a comunidade nos assuntos como: reciclagem, coleta seletiva e preservação do meio ambiente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste estudo foi possível entender que atualmente, a maximização e preservação do lucro de toda e qualquer empresa, seja ela de pequeno, médio ou grande porte, também podem estar relacionados com as ações e projetos socioambientais que são implantados pela instituição. Nesse sentido, entende-se que o problema apresentado nesse trabalho foi entendido e solucionado, inicialmente, por meio da entrevista realizada com o gestor da Bio Extratus Cosméticos Naturais e por meio da percepção da comunidade local, a respeito da contribuição que os projetos socioambientais implantados pela instituição trazem para a sociedade.

Os objetivos do presente trabalho foram alcançados a partir de pesquisas bibliográficas realizadas a respeito do tema e por meio da entrevista com o gestor da instituição e, posteriormente, com pessoas da comunidade local.

Quanto às contribuições proporcionadas por essa pesquisa, entende-se que o

tema Responsabilidade Socioambiental está em crescente evolução, desse modo, qualquer empresa que almeje a continuidade e a lucratividade do seu negócio, pode fazer uso dessa pesquisa para entender quais contribuições o investimento em projetos socioambientais podem trazer para as empresas. Além disso, por meio deste estudo, torna-se possível para a sociedade entender as contribuições que a responsabilidade socioambiental, quando de fato implantada pelas empresas, podem trazer para a comunidade.

Sendo o tema Responsabilidade Socioambiental relativamente recente quando tratado pelas pequenas e médias empresas, sugere-se o aprofundamento e sequenciamento do estudo, como forma de manutenção e evolução das práticas sustentáveis na indústria pesquisada, bem como a proposta de desenvolvimento dos projetos sociais e ambientais sugeridos pela sociedade local.

SOCIAL AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY: THE CASE OF A COSMETIC INDUSTRY INSIDE MINAS GERAIS

ABSTRACT

In recent decades, issues related to Social and Environmental Responsibility and sustainable growth in organizations have been constantly debated by society. This study aimed to identify the main social and environmental projects in a cosmetics industry, as well as to understand the perception of local residents and beneficiaries regarding the actions developed by the company. The relevance of the research lies in the fact that social and environmental responsibility is a matter of interest to various publics involved with organizations, whether employees, customers, suppliers, managers or local society. To carry out the study were conducted bibliographic searches in books and articles on the subject, as well as a case study in a cosmetics industry in the interior of Minas Gerais, with interviews with the manager of the company and the application of a questionnaire with residents of the city where the cosmetics industry is located. Through these researches it was possible to understand that the preservation of the institution's profit is directly related to the sustainability investments presented by the company. In addition, it was possible to understand the perception of the local community regarding the social and environmental projects implemented by the organization.

Keywords: Sustainability. Organizational environment. Sustainable growth. Local community.

REFERÊNCIAS

- ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz A. e KRUGLIANSKAS, Izak. **Gestão Socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: editora UFSC, 2011.
- BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial**. São Paulo: Ethos, 2013. Disponível em:<<https://www.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/#.Xl5rdyhKjIU>>Acesso em: 15 mar. 2019.
- BOTELHO, K. T. *et al.* **INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO**. Divers@: Revista Eletrônica Interdisciplinar, Matinhos, v. 8, n. 2, p. 104-116, dez./2015. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/diver/article/view/45050/27429>. Acesso em: 15 out. 2019.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na Empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. **Elaboração de relatórios de sustentabilidade**, 2015. Disponível em:<<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>>
- GODOY, M.; PFITSCHER, E. D.; GASPARETTO, V.; LIMONGI, B. **Balço Social: Convergências e divergências entre os modelos do IBASE, GRI e Instituto ETHOS**. In: Anais do I CONGRESSO UFSC DE CONTROLADORIA E FINANÇAS. Florianópolis, v. I, p. 25-29, 2007.
- GRACE (2014). **Guia Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas**. Disponível em http://www.grace.pt/conteudos/00/04/00/00/GUIA-RS-NAS PME_SITE_9985.pdf. Acesso em: 15 set. 2019.

HOURNEAUX JÚNIOR, Flávio; CORRÊA, Hamilton Luiz; GOMES, Claudia Maffini. **Indicadores de sustentabilidade: em busca de um modelo de integração e de diferenciação estratégica para a gestão empresarial.** In: ENCONTRO DA ANPAD, 34. Rio de Janeiro/RJ, 25 a 29 de setembro de 2010.

KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D. **Responsabilidade social: uma contribuição a gestão transformadora das organizações.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

LACERDA, A. dos S.; MOURA, D. **A Responsabilidade Socioambiental Como Estratégia de Competitividade para as Organizações de Contemporaneidade.** XII Congresso de Nacional Excelência em Gestão. 2016. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_M_08.pdf. Acesso em: 15 mar. 2019.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos da Metodologia Científica.** 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

MARTINS, M.F; CANDIDO, G.A. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável para Localidades: uma proposta metodológica de construção e análise.** In: CANDIDO, G.A. **Desenvolvimento Sustentável e Sistemas de Indicadores de Sustentabilidade: formas de aplicação em contextos geográficos diversos e contingências específicas.** Campina Grande – PB: Ed. UFCG, 2008. Cap. 1.

RABELO, N. S.; SILVA, C. E. **Modelos de indicadores de responsabilidade socioambiental corporativa.** Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.2, n.1, p.5-30, 2011.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar- **Responsabilidade social da empresas e balanço social.** – São Paulo: Atlas, 2007.

TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira.** 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

TACHIZAWA, T. **Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor: Criação de Ongs e Estratégias de Atuação.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ANEXO A: QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM O(S) GESTOR(ES)

Fonte: Adaptado de GRACE (2014)

Prezado(a) Gestor(a),

O questionário que você está recebendo tem a finalidade de levantar subsídios para compor uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), com informações sobre a prática de Responsabilidade Socioambiental da organização em que você trabalha. O tempo estimado para resposta é de 20 minutos. Sua ajuda é muito importante para a pesquisa. Desde já, agradecemos por sua consideração e gentileza!

Talles Jefferson Valentim
Graduando

Prof. Me. Homero Domingues
Orientador

Nome do gestor(a): _____

Grau de Instrução _____

Cargo ocupado _____

A - Dimensão Responsabilidade na Gestão

- 1) A instituição tem na base da sua estratégia princípios de transparência e ética, apresentados e partilhados de forma clara?
() sim () não () não se aplica
- 2) A instituição tem definido a sua missão, visão, os seus valores, princípios éticos e regras de conduta numa Carta de Princípios ou Código de Ética?
() sim () não () não se aplica
- 3) A instituição tem os seus valores e compromisso éticos disponíveis publicamente?
() sim () não () não se aplica
- 4) A instituição já fez identificação das suas partes interessadas?
() sim () não () não se aplica
- 5) A instituição tem ferramentas de comunicação, diálogo e envolvimento com as partes interessadas?
() sim () não () não se aplica
- 6) A instituição avalia e monitoriza a satisfação das partes interessadas?
() sim () não () não se aplica
- 7) A instituição partilha informação sobre as suas práticas e indicadores económicos sociais e ambientais, por exemplo através de brochuras, comunicações on-line, relatórios ou outros?
() sim () não () não se aplica
- 8) A instituição recolhe indicadores qualitativos relativos ao desempenho da sustentabilidade?
() sim () não () não se aplica
- 9) A instituição recolhe indicadores quantitativos relativos ao desempenho da sustentabilidade?
() sim () não () não se aplica

- 10) A instituição analisa os indicadores recolhidos e utiliza-os como apoio à tomada de decisão?
() sim () não () não se aplica

B - Dimensão Responsabilidade pelo Ambiente

- 11) A Instituição tem procedimentos de redução de energia?
() sim () não () não se aplica
- 12) A Instituição tem procedimentos de redução, reutilização e reciclagem de resíduos?
() sim () não () não se aplica
- 13) A Instituição tem procedimentos de redução da poluição?
() sim () não () não se aplica
- 14) A Instituição tem procedimentos de redução de consumo água?
() sim () não () não se aplica
- 15) A Instituição promove utilização de energias limpas?
() sim () não () não se aplica
- 16) A Instituição tem preocupações na escolha de transporte sustentável?
() sim () não () não se aplica
- 17) A Instituição contabiliza as suas emissões de gases com efeito de estufa?
() sim () não () não se aplica
- 18) A Instituição disponibiliza informação ambiental sobre os produtos e serviços?
() sim () não () não se aplica
- 19) A Instituição desenvolve iniciativas para sensibilizar e formar os colaboradores para as questões ambientais e para o consumo eficiente de recursos?
() sim () não () não se aplica
- 20) A Instituição desenvolve iniciativas para sensibilizar os seus fornecedores e/ou clientes para as questões ambientais?
() sim () não () não se aplica

C - Dimensão Responsabilidade pela Comunidade

- 21) A Instituição já fez uma análise dos seus impactos na comunidade local?
() sim () não () não se aplica
- 22) A Instituição tem fornecedores locais?
() sim () não () não se aplica
- 23) A Instituição tem mecanismos para identificar as necessidades da comunidade local?
() sim () não () não se aplica

- 24) A Instituição tem definido as suas prioridades na atuação com a comunidade local?
() sim () não () não se aplica
- 25) A Instituição incentiva os seus colaboradores a participarem em atividades de voluntariado?
() sim () não () não se aplica
- 26) A Instituição apoia a comunidade através de donativos e /ou patrocínios?
() sim () não () não se aplica
- 27) A Instituição apoia a comunidade por meio de doações de produto, cedência de instalações, formação ou outros meios?
() sim () não () não se aplica
- 28) A Instituição tem critérios para avaliar os pedidos de apoio que recebe da comunidade?
() sim () não () não se aplica
- 29) A Instituição desenvolve projetos sociais próprios?
() sim () não () não se aplica
- 30) A Instituição avalia o impacto social dos projetos em que está envolvido?
() sim () não () não se aplica

D - Dimensão Responsabilidade pelos Colaboradores

- 31) A Instituição tem práticas ou medidas de promoção de igualdade de oportunidade e de não discriminação?
() sim () não () não se aplica
- 32) A Instituição tem políticas ou medidas de promoção da conciliação da vida familiar e profissional (ex. horários flexíveis e trabalho à distância)?
() sim () não () não se aplica
- 33) A Instituição tem planos de saúde, segurança ou apoio social?
() sim () não () não se aplica
- 34) A Instituição define um plano anual de formação dos seus colaboradores?
() sim () não () não se aplica
- 35) A Instituição tem práticas de integração de novos colaboradores?
() sim () não () não se aplica
- 36) A Instituição tem procedimentos de avaliação de desempenho e gestão de carreiras dos seus colaboradores?
() sim () não () não se aplica
- 37) A Instituição promove o diálogo social com sindicatos ou representantes dos colaboradores?
() sim () não () não se aplica

- 38) A Instituição tem procedimentos de prevenção de acidentes de trabalho e doenças profissionais?
- sim não não se aplica
- 39) A Instituição desenvolve iniciativas de promoção da coesão e motivação internas ex. (voluntariado empresarial, eventos internos)?
- sim não não se aplica
- 40) A Instituição tem mecanismos para avaliar e monitorar a satisfação dos colaboradores?
- sim não não se aplica

E - Dimensão Responsabilidade na Cadeia de Valor

- 41) A Instituição considera na seleção dos fornecedores as suas práticas de sustentabilidade (ex comércio justo, direitos humanos, condições dignas de trabalho)?
- sim não não se aplica
- 42) A Instituição avalia os seus fornecedores de acordo com as suas práticas de sustentabilidade? Ex (ex. comércio justo, direitos humanos, condições dignas de trabalho)?
- sim não não se aplica
- 43) A Instituição incentiva os seus fornecedores a serem responsáveis socialmente, através de ferramentas e formação?
- sim não não se aplica
- 44) A Instituição avalia e monitora a satisfação dos seus fornecedores?
- sim não não se aplica
- 45) A Instituição tem mecanismos para compreender as expectativas e necessidades dos seus clientes?
- sim não não se aplica
- 46) A Instituição avalia e monitora a satisfação dos seus clientes?
- sim não não se aplica
- 47) A Instituição tem mecanismos de registro e tratamento de reclamações?
- sim não não se aplica
- 48) A Instituição utiliza as reclamações para melhorar a sua atividade?
- sim não não se aplica
- 49) A Instituição tem políticas de garantia de qualidade e honestidade nos seus contratos e negócios?
- sim não não se aplica
- 50) A Instituição tem códigos ou princípios sobre a clareza da informação e a disponibilizar informações sobre os seus produtos e serviços?
- sim não não se aplica

ANEXO B – ENTREVISTA COM A SOCIEDADE LOCAL

Questionário aplicado para obter dados acerca da percepção, da população da cidade de Alvinópolis-MG, sobre a Responsabilidade Socioambiental da empresa local – Bio Extratus Cosméticos Naturais – com o objetivo de atender aos requisitos do Trabalho de Conclusão de Curso, para obtenção do título de Bacharel em Administração, na Faculdade Doctum de João Monlevade. **Esse questionário tem finalidade meramente acadêmica e não serão expostas quaisquer informações dos respondentes participantes.**

1. Caracterização do Entrevistado

A. Faixa Etária

- () 18 anos a 24 anos () 25 anos a 34 anos () 35 anos a 44 anos
 () 45 anos a 54 anos () Mais de 54

B. Gênero:

- () Masculino () Feminino

C. Estado Civil:

- () Solteiro(a) () Casado(a) () Viúvo(a) () Separado(a)
 () Outros _____

D. Grau de escolaridade

- () Ensino fundamental () Ensino Médio () Graduado () Pós-graduado

E. Renda familiar total:

- () 1 a 5 salários mínimos () 6 a 10 salários mínimos
 () 11 a 15 salários mínimos () Acima de 15 salários mínimos

2. Você sabe o que significa **Responsabilidade Social e Ambiental Empresarial**?

- () sim () não

3. Na sua percepção, a empresa Bio Extratus possui projeto(s) de Responsabilidade Social?

- () sim () não () não se aplica

Se sim, qual (is) _____

4. Na sua percepção a empresa Bio Extratus possui projeto(s) de Gestão Ambiental?

- () sim () não () não sei responder

Se sim, qual (is) _____

5. Na sua percepção, qual a visão/atuação da empresa Bio Extratus acerca da Responsabilidade Socioambiental?

- () Pouco atuante () Atuante () Muito atuante () Não sei responder

6. A empresa Bio Extratus participa da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções?

- () sim () não () não sei responder

7. A empresa Bio Extratus contribui com melhorias na infraestrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade?

sim não não sei responder

8. A empresa Bio Extratus faz levantamento das necessidades locais antes de elaborar seus projetos para comunidade?

sim não não sei responder

9. A empresa Bio Extratus realiza campanhas educacionais ou de interesse público da comunidade?

sim não não sei responder

10. A comunidade necessita de algum projeto social ou ambiental que a empresa Bio Extratus ainda não atende?

sim não não sei responder

Se sim, qual (is) _____

11. Qual percepção de imagem você tem da empresa Bio Extratus?

Positiva Negativa Não tem opinião formada