

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DO DF**

Bruno Quintas Tresinari Bernardes

Orientador: José Aroudo Mota

Dissertação de Mestrado

Brasília-DF: Abril de 2006

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DO DF**

Bruno Quintas Tresinari Bernardes

Dissertação de Mestrado submetida ao Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Mestre em Desenvolvimento Sustentável, área de concentração em Política e Gestão Ambiental, opção Acadêmica.

Aprovado por:

Professor Doutor José Aroudo Mota
(Orientador)

Professora Doutora Iara Brasileiro
(Examinadora Interna)

Professor Doutor Alexandre Xavier Ywata de Carvalho
(Examinador externo)

Professor Doutor Roberto A. R. Aguiar
(Suplente)

Brasília-DF, 28 de abril de 2006

Dedicatória

Dedico as partes bem escritas e coerentes deste trabalho a minha mãe, Weymer Quintas pela incansável dedicação e zelo que teve pela formação do meu caráter e de minha inclinação para buscar o belo e o justo. A minha tia Angela Tresinari Bernardes pelo exemplo de dedicação à causa ambiental. Dedico este trabalho também aos amigos Tiago Barros pela imprescindível ajuda com a estatística e pela tranquilidade e serenidade que ele transmitiu a cada vez que lhe pedi socorro, a Maíra Mendes Galvão pelas inúmeras e impecáveis revisões, mas, especialmente, pelas palavras e gestos de carinho e alento nos momentos em que me sentia desmotivado e incapaz.

Aproveito para agradecer a todos os parentes, amigos e colegas de mestrado que contribuíram para este trabalho com críticas, sugestões, recortes de jornal e pelas demonstrações de carinho e abnegação ao toleraram minha ausência nas atividades sociais, para as quais sei que não hesitarão em levar-me tão logo esta dissertação esteja defendida.

Não posso furtar-me a dedicar também aos micro e pequenos empresários que participaram desta pesquisa e nos quais eu deposito um grande carinho e esperança como detentores do poder de mudar para melhor este país.

Quer-me parecer desnecessário dedicar esta pesquisa a Deus, pois trata-se apenas de um breve ensaio de todas as boas obras que pretendo dedicar a Ele.

“– O inferno dos vivos não é algo que será; se existe, é aquele que já está aqui, o inferno no qual vivemos todos os dias, que formamos estando juntos. Existem duas maneiras de não sofrer. A primeira é fácil para a maioria das pessoas: aceitar o inferno e tornar-se parte deste até o ponto de deixar de percebê-lo. A segunda é arriscada e exige atenção e aprendizado contínuos: tentar saber quem e o que, no meio do inferno, não é inferno, e preservá-lo, e abrir espaço.”

As Cidades Invisíveis

Italo Calvino

RESUMO

O paradigma socioeconômico vigente já mostra sinais inequívocos de que se degenera em direção a grave caduquice. Tal proposição não é professada por este trabalho, que adiantou-se em procurar dentro do atual paradigma um elemento capaz de minorar o impacto da transição paradigmática que já se opera. Esse elemento é a economia de pequena escala, que tem como representante mais emblemático, no Brasil, as micro e pequenas empresas. Quando micro e pequenos empresários percebem que, além de gerar lucro, suas empresas podem ser instrumentos de disseminação de valores éticos e de cidadania, o meio ambiente e a sociedade sofrem menos os impactos e as externalidades da atividade econômica. Com o objetivo de fomentar esse fenômeno chamado responsabilidade socioambiental empresarial, o presente estudo identificou o perfil socioeconômico, os problemas e as razões de empresários do Distrito Federal socialmente responsáveis, de sorte que o Estado brasileiro disponha de valioso subsídio, imprescindível à formulação de políticas públicas efetivas.

As micro e pequenas empresas constituem um dos últimos baluartes de resistência à hegemonia das grandes corporações, onde a mulher não é preterida e onde as relações entre os empresários e a comunidade não são separadas por hiatos de impessoalidade e distância, que deterioram a ética, o ser humano e o meio ambiente.

Evidencia-se que as micro e pequenas empresas do DF concentram sua responsabilidade social nas ações ligadas à comunidade e que a ética pessoal é o principal fator que as leva a proceder dessa maneira.

ABSTRACT

The current socioeconomic paradigm already shows unequivocal signs of its own degeneration towards profound caducity. Such proposition isn't professed by this research, which stepped forward to search, within the current paradigm, an element capable of lessening the impact of the already in course paradigmatic transition. That element is short scale economy, which more emblematic representative, in Brazil, is micro and small business. When micro and small entrepreneurs perceive that, beyond profiting, their businesses can be disseminators of citizenship and ethical values; the society and the environment will suffer less impact from the economic activity. Aiming to further the development of this phenomenon called corporate social responsibility, this study evaluated the socioeconomic profile and the motivations of the entrepreneur engaged in such practices in the Federal District, providing the Brazilian State with subsidies for the development of public policies.

Micro and small business represents one of the last aegis of the resistance to the big corporations hegemony, where women are not neglected and where the relation between businessmen and the community are not separated by gaps of impersonality and distance that deteriorates ethics, the human being and the environment.

Micro and small business in Brazilian Federal District concentrate their social responsibility in community-based efforts and that personal ethics are the main cause of such commitment.

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1 – Etapas de elaboração e aplicação do <i>survey</i>	8
Figura 4.1 – Fluxograma descritivo da composição das políticas públicas.....	21

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1 – População – Número de micro e pequenas empresas no Distrito Federal.....	9
Tabela 5.1 – Distribuição da amostra por faixa etária.....	31
Tabela 5.2 – As razões dos micro e pequenos empresários do DF para aplicar as diretrizes de RSAE.....	43
Tabela 5.3 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por escolaridade.....	51
Tabela 5.4 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por renda em salários mínimos.....	52
Tabela 5.5 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por escolaridade.....	55
Tabela 5.6 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por renda em salários mínimos.....	55
Tabela 5.7 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por escolaridade.....	58
Tabela 5.8 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por renda em salários mínimos.....	59

LISTA DE QUADROS

Quadro 3.1 – Problemas para a implementação da responsabilidade social na empresa.....	10
Quadro 3.2 – As razões para ser empresário cidadão.....	11
Quadro 4.1 – Classificação das Micro e Pequenas Empresas no Brasil por faixa de faturamento anual bruto ou pelo numero de empregados, segundo a Lei Federal 9.841 de cinco de outubro de 1999.....	13
Quadro 4.2 – As leis e projetos de lei brasileiros sobre a responsabilidade socioambiental empresarial.....	25
Quadro 4.3 – Itens avaliados pelo SA8000.....	27
Quadro 5.1 – Aplicação dos critérios de filtragem das respostas para redução de viés	34
Quadro 5.2 – Distribuição da aplicação das diretrizes SEBRAE/ETHOS em componentes principais.....	44

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 5.1 – Distribuição da amostra por gênero.....	30
Gráfico 5.1 – Distribuição da amostra quanto à aplicação da responsabilidade social.....	28
Gráfico 5.2 – Distribuição da amostra por gênero.....	31
Gráfico 5.3 – Distribuição da amostra por escolaridade.....	32
Gráfico 5.4 – Distribuição da amostra por renda em salários mínimos.....	33
Gráfico 5.5 – Distribuição da amostra quanto à aplicação da responsabilidade social.....	34
Gráfico 5.6 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por gênero.....	35
Gráfico 5.7 – Distribuição dos empresários comuns do DF por gênero.....	36
Gráfico 5.8 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por faixa etária.....	37
Gráfico 5.9 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por escolaridade.....	39
Gráfico 5.10 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por renda em salários mínimos.....	40
Gráfico 5.11 – Problemas enfrentados pelos micro e pequenos empresários para aplicar as diretrizes de RSAE.....	41
Gráfico 5.12 – Distribuição da escolaridade dos micro e pequenos empresários cidadãos do DF segundo as componentes principais.....	48
Gráfico 5.13 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por gênero.....	49
Gráfico 5.14 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por faixa etária.....	50
Gráfico 5.15 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por gênero.....	53
Gráfico 5.16 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por faixa etária.....	54
Gráfico 5.17 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por gênero.....	56
Gráfico 5.18 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por faixa etária.....	57

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas e Técnicas
CDS	Centro de Desenvolvimento Sustentável
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CNRS	Conselho Nacional de Responsabilidade Social
DF	Distrito Federal
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
ISO	International Organization for Standardization
MPE	Micro e pequena empresa
OIT	Organização Internacional do Trabalho
ONG	Organização Não-Governamental
RSAE	Responsabilidade Socioambiental Empresarial
SA	Social Accountability
SAI	Social Accountability International
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIS	Swedish Standards Institute
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
UnB	Universidade de Brasília

SUMÁRIO

RESUMO.....	v
ABSTRACT.....	vi
LISTA DE FIGURAS.....	vii
LISTA DE TABELAS.....	viii
LISTA DE QUADROS.....	ix
LISTA DE GRÁFICOS.....	x
LISTA DE ABREVIATURAS.....	xi
1 – INTRODUÇÃO.....	1
2 - PROBLEMA E OBJETIVOS DA PESQUISA.....	6
2.1 – Objetivos específicos.....	6
3 – MATERIAIS E MÉTODO.....	7
4 – REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
4.1 – As Micro e Pequenas Empresas.....	13
4.2 – As empresas e a sociedade.....	14
4.3 – Responsabilidade Socioambiental Empresarial.....	16
4.4 – As sete diretrizes SEBRAE/ETHOS.....	19
4.5 – Políticas Públicas e as empresas.....	19
4.6 – A regulação não estatal da responsabilidade socioambiental.....	26
4.7 – O Empresário Cidadão.....	28
5 – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	30
5.1 – Caracterização socioeconômica da amostra.....	30
5.2 – Caracterização socioeconômica dos empresários cidadãos.....	35
5.3 – Os problemas da gestão socioambientalmente responsável.....	40
5.4 – As razões dos empresários cidadãos para a adoção de uma gestão socioambientalmente responsável.....	42
5.5 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF: o uso da técnica de componentes principais.....	44
5.6 – Caracterização socioeconômica dos empresários do componente Engajamento Socioambiental.....	49
5.7 – Caracterização socioeconômica dos empresários do componente Cidadania Institucional.....	53

5.8 – Caracterização socioeconômica dos empresários do componente	
Disseminação da Responsabilidade Social.....	56
6 – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	60
7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
ANEXO A <i>survey</i>	70
ANEXO B Roteiro de aplicação do <i>survey</i>	76

1 - INTRODUÇÃO

A pesquisa que intenta contribuir para o avanço do controverso tema Desenvolvimento Sustentável não pode limitar-se ao exame de um estreito compartimento de ciência natural ou humana. Instaurar um modelo de desenvolvimento econômico e humano que seja sustentável implica mudança ou substituição do atual paradigma, de sorte que se torna imperativo conhecer o processo histórico que determinou a conjuntura atual para que os erros e acertos de sua gênese, desenvolvimento e degenerescência desempenhem seu papel pedagógico.

Urge esclarecer, que o presente estudo tem como pano de fundo o modo de produção capitalista, ou melhor, o modo de produção capitalista ocidental. É inegável a hegemonia mundial do capitalismo, que não concretizou sua premissa original de que, em algum momento no futuro, a afluência do capital não estaria circunscrita a uma parcela muito pequena da humanidade. Em verdade, talvez uma das mais notórias características do capitalismo ocidental seja a eterna promessa, mitificada, de desenvolvimento para todos. O engodo, todavia, cai por terra ao verificar-se que os recursos naturais não suportariam a generalização do padrão de consumo dos países industrializados (FURTADO, 1996, p. 12). Embora seja hegemônico, esse modo de organização econômica padece de sérias vicissitudes, causadas por motivos já bastante explorados e que não cabem ser arrolados todos aqui. Todavia, vale ressaltar que, por exemplo, o capitalismo ocidental sofre de um vício original: para que fosse operacionalizado e difundido, foi necessário romper com tradições e valores que arrefeciam o ímpeto de acúmulo fetichista de bens e de capital. Antes do capitalismo, os costumes do feudo¹, baseados nas relações de vassalagem, impediam o desenvolvimento de um sistema comercial por serem proibitivos à acumulação de capital. Em verdade, poder e riqueza eram medidos pela extensão de terra possuídas pelo indivíduo e por seus vassalos². Além disso, a igreja católica considerava pecado qualquer relação de troca em que um dos cambiantes levasse vantagem sobre o outro, além de que considerava crime de usura o aumento de uma soma de dinheiro que não fosse equivalente ao esforço do trabalho pessoal.

¹ Conjunto de práticas e normas não positivadas que constituíam uma forma rudimentar de sistema legal na Europa medieval.

² Vale ressaltar que à época as relações de vassalagem e de suserania davam-se até mesmo entre reis, que podiam um ser suserano ou vassalo de outro.

Ou seja, ao olhos da igreja seiscentista, era lícito obter ganho pecuniário com a venda de uma bota, entretanto seria usurário aquele que alugasse as ferramentas para que outrem fizesse botas. Os empréstimos a juro eram igualmente tipificados como delito dessa estirpe. (HUBERMAN, 1982, p. 45) Esses eram alguns dos sustentáculos das tradições e valores medievais ocidentais, que começaram a ruir diante da opressão imposta pelos senhores feudais e pela igreja católica – que freqüentemente conduziam as condenadas praticas usurárias – aos camponeses. Com o colapso lento, porém gradual, dos valores e costumes sociais entre os séculos XVII e XVIII, a Europa presenciou a derrocada do feudo, que cedeu lugar a outros tipos de exploração da terra e do homem. A descrição desse processo histórico, embora importante e deveras interessante, foge ao escopo deste trabalho; basta entender que, à época, o contexto social propiciou a expansão de atividades econômicas que até então eram de importância marginal e, forçosamente, de pequena escala. O cenário político não resistiu à pressão exercida por essas mudanças, de sorte que o poder dos monarcas e dos grandes senhores feudais cedeu aos comerciantes, em especial os de tecidos, cada vez mais espaço. Os negócios e as empreitadas comerciais passaram a ser cada vez mais organizadas e articuladas e cresceram em tamanho e em necessidade de mão-de-obra e de matéria-prima.

O ganho de influência dos comerciantes junto aos monarcas permitiu o surgimento de relações comerciais e acúmulo de capital de maneira ímpar na história. E, assim, constituiu-se um novo paradigma socioeconômico que se tornou amalgamado e hegemônico. Foi nesse paradigma que surgiram as condições para a consolidação da figura do empreendedor³. A empresa levada a cabo pelos empreendedores era algo novo, pois não existiam instituições cuja finalidade fosse gerar lucro ostensivamente.

Além de esboçar um panorama das circunstâncias em que surgiram as primeiras empresas, os parágrafos precedentes permitem que cheguemos à seguinte constatação: As empresas são, originalmente, entidades civis cujo objetivo é gerar lucro. Cumpre esclarecer veementemente que o presente estudo não faz apologia ao capitalismo, nem a outro modo de produção, tampouco propõe que as empresas abandonem seu objetivo original. Antes, porém, ocupa-se de investigar a dinâmica e o contexto socioeconômico de micro e pequenos empresários do DF que conduzem

³ Do francês *entrepreneur*. aquele que investe capital em uma idéia ou oportunidade de negocio que implique risco financeiro.

seus negócios norteados não apenas pelo lucro, mas também por princípios práticos ou subjetivos que contribuem para minorar os pesados efeitos sociais e ambientais do desenvolvimento econômico. Evidentemente, não desqualificar um ou outro setor da economia ou os objetivos das empresas não impede a contextualização deste estudo em seu momento histórico, que não é outro senão o do capitalismo. No início foi esclarecido que o capitalismo é meio de cultura fértil para o desenvolvimento das empresas e que esse sistema é hegemônico e, aparentemente, o será por muitos anos ainda. Destarte, este trabalho pretende localizar, dentro desse sistema, algo que mitigue seus efeitos social e ambientalmente deletérios, sem a pretensão de destronar sua hegemonia, pois que, observadas as recorrentes crises do sistema econômico, isso se dará de maneira natural. Proceder de tal maneira não diminui, em absoluto, a importância da ruptura com o paradigma atual, nem mesmo sugere que medidas brandas são as mais eficazes. Antes, propõe que a empresa privada – peça chave do capitalismo – encerra, capacidades latentes que não são anti-lucro, mas que lhes permitem a participação na construção de uma sociedade menos injusta. Se essa idéia parece tão utópica quanto a promessa malograda do capitalismo⁴, ao menos ela já conta com um primórdio de materialização: as empresas privadas.

Sob a pressão dos consumidores por serviços e produtos de melhor qualidade, que não agridam o meio ambiente e cujo processo produtivo observe normas e parâmetros socioambientalmente responsáveis, as empresas responsáveis⁵ afiguram-se como a concretização dos primórdios de um novo paradigma. Ora, se as primeiras empresas pouco nada preocupavam-se com outra coisa além do lucro, agora estão sujeitas não apenas às prescrições e penalidades das leis cíveis, tributárias e criminais, mas também ao diligente escrutínio de consumidores, cada vez mais conscientes de seu poder de embargo às empresas de má conduta. O contexto atual mostra que os consumidores conhecem seus direitos e que sabem que têm o poder de exercê-los individual e coletivamente⁶, bem como de fazer boicotes.

⁴ BUARQUE (cortina de ouro, 1995) bem elucida que estavam erradas as utopias imaginadas no século XVIII, segundo as quais as diferenças sociais não caberiam em uma sociedade em que amplo acesso aos bens de consumo surgidos do avanço tecnológico seria universal.

⁵ Aquelas que agem com responsabilidade perante o meio ambiente, os consumidores, os funcionários, as demais empresas e o Governo.

⁶ A Constituição brasileira promulgada em 1988 traz a inovação de conter direitos de titularidade coletiva, tais como o direito do consumidor. Essa mesma Carta Magna delega ao Ministério Público a guarda por esses direitos, chamados difusos.

A década de 1990 presenciou a proliferação de atividades empresariais não ligadas diretamente ao lucro, a filantropia e a responsabilidade social empresarial (RSE) são as mais importantes. Esta pesquisa prefere o termo Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSAE).

A responsabilidade socioambiental empresarial é um tema que, assim como o desenvolvimento sustentável, provoca apreensão e dúvida, pois coloca em estreita associação coisas que, no imaginário do homem ocidental, fazem parte de compartimentos estanques da sociedade, quiçá antagônicos. Se, com relação ao desenvolvimento sustentável, não é fácil imaginar um modelo de desenvolvimento humano em que haja harmonia entre as dimensões ambiental, econômica e social, do lado da responsabilidade socioambiental empresarial há quem considere algo muito próximo de uma profanação quando as empresas empreendem alguma ação que não esteja associada ao lucro. Embora numa perversão da responsabilidade socioambiental empresarial muitas empresas empreendam “boas ações” de caráter meramente cosmético, há muitas outras empresas que, ao assumirem uma postura socioambientalmente responsável, estão conscientemente ou não, transformando-se naquilo que Schumacher (SCHUMACHER, 1983, p. 159) chamou *tecnologia intermediária*⁷. A responsabilidade das empresas – e das organizações de maneira geral – perante a sociedade e o meio ambiente coadunam com o modelo de sociedade pós-capitalista preconizado por DRUCKER (1994, p. 98), o qual deve ter como princípio a responsabilidade. Para esse autor as organizações, dentre as quais encontramos as empresas privadas, ao buscar seus objetivos acumulam poder, o qual deve ser – na perspectiva idealizada, ou sugerida por Drucker – auto-regulado pelas empresas a fim de que elas cessem o uso de tal poder diante dos limites da legitimidade.

As micro e pequenas empresas, por suas características estruturais e funcionais, podem ser com muita propriedade, enquadradas naquele conceito schumacheriano, que cumpre um papel importante para o desenvolvimento sustentável, uma vez que elas operam numa escala econômica que causa menos impactos ambientais, menos externalidades sociais negativas e gera mais emprego, proporcionalmente.

⁷ A tecnologia intermediária é aquela capaz de produzir bens e serviços em pequenas unidades produtivas, com ferramentas de baixo custo, cuja operação não demande altíssima especialização.

Causa espanto, pois, que essas unidades fundamentais de um modelo econômico que se almeja sustentável, não polarizem com maior vigor a atenção do poder Legislativo do Brasil, que tem a prerrogativa legal – sem mencionar o compromisso constitucional – de favorecer, em suas deliberações, as micro e pequenas empresas (MPEs). Provocar uma atuação mais diligente desse braço do Estado brasileiro em prol do pequeno negócio – que, em uma palavra, é o resultado ulterior que se espera deste estudo – não coloca em menor apreço o grande e médio empreendimento, mas contribuirá para a implementação em longo prazo do desenvolvimento, efetivamente, sustentável.

2 – PROBLEMA E OBJETIVOS DA PESQUISA

Existe uma dinâmica de atuação social e ambiental⁸ por parte das micro e pequenas empresas que é apenas timidamente conhecida. Destarte, configura-se como o problema desta pesquisa, investigar:

Quais são os principais fatores socioeconômicos que influenciam a tomada de decisão do empresário cidadão do Distrito Federal?

2.1 Objetivos específicos

A fim de avaliar e buscar uma resposta para o problema de pesquisa formulado, propõem-se os seguintes objetivos:

1. Identificar as principais características socioeconômicas dos empresários cidadãos do DF;
2. Identificar os principais problemas encontrados pelos empresários cidadãos para manter uma gestão socioambientalmente responsável;
3. Arrolar as razões que levaram os micro e pequenos empresários a atuar com responsabilidade socioambiental; e
4. Agrupar, com o uso a técnica de componentes principais, os micro e pequenos empresários do DF segundo a aplicação das diretrizes SEBRAE/ETHOS para a responsabilidade social.

⁸ A essa atuação chamaremos responsabilidade socioambiental empresarial (RSAE).

3 – MATERIAIS E MÉTODO

Primeiramente é necessário esclarecer que, no âmbito desta pesquisa, o empresário de micro e pequeno porte que adota em sua empresa uma das sete diretrizes SEBRAE/ETHOS para a responsabilidade social – descritas no capítulo 4, item 4.4 – página 19. – é denominado **cidadão**⁹.

Foi elaborado um *survey* capaz de captar os dados demográficos dos empresários de uma amostra dos micro e pequenos empresários do DF, e também, a possibilidade de enquadrá-lo na categoria de empresário cidadão. A Figura 3.1 ilustra o processo de elaboração e aplicação do *survey*.

⁹ Cumpre elucidar que esta cidadania não é aquela se atribui a um indivíduo que goza de direitos civis e políticos, é, porém, uma categoria criada especificamente para esta pesquisa para categorizar o empresário que aplica em sua empresa a responsabilidade socioambiental.

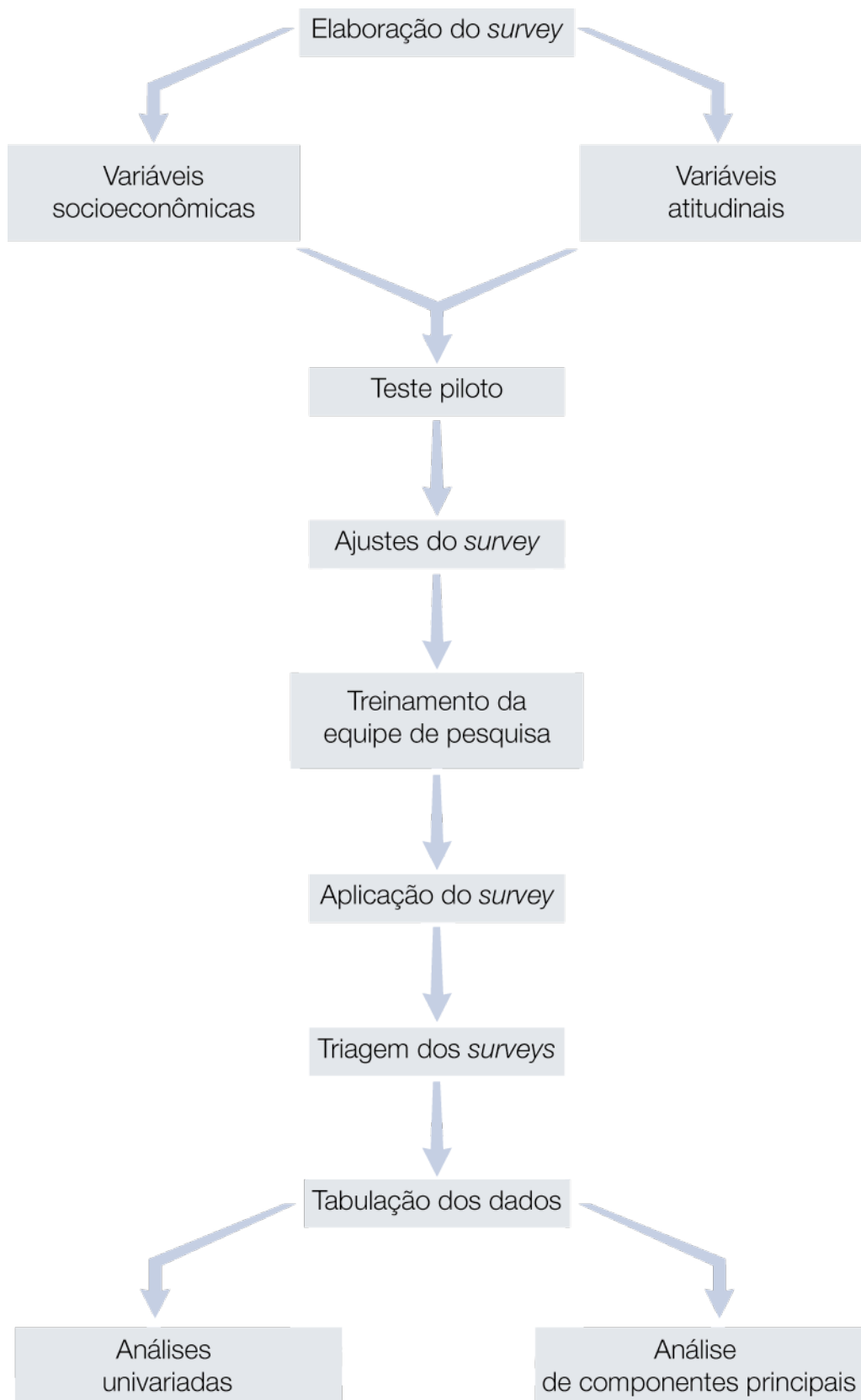


Figura 3.1 – Etapas de elaboração e aplicação do *survey*

Para ser qualificado como empresário cidadão, o pesquisado deveria responder afirmativamente a pelo menos um dos itens do *survey* (ANEXO A, página 71), referentes às sete diretrizes determinadas pela publicação SEBRAE/ETHOS (2003) para o desenvolvimento da responsabilidade social em micro e pequenas empresas. Para cada pergunta foram designados exemplos ilustrativos – e próximos da realidade dos empresários de micro e pequeno porte do DF – de cada diretriz sem, no entanto, direcionar a resposta do pesquisado. Buscou-se simplificar ao máximo a linguagem de sorte que cada diretriz pudesse ser bem compreendida dentro de um amplo espectro de escolaridade.

O *survey*, portanto, atendeu a dois propósitos: a) registrar os dados demográficos dos empresários acessados e b) apontar aqueles empresários que se enquadram no conceito de cidadão.

A população amostrada foi a de micro e pequenas empresas do DF, que, segundo o IBGE, distribui-se conforme a Tabela 3.1.

Tabela 3.1 – População – Número de micro e pequenas empresas no Distrito Federal

Setor	Número de empresas
Comércio	17.832
Serviços	14.192
Total	32.024

Adaptada a partir de IBGE, 2003.

Participaram desta pesquisa 294 micro e pequenos empresários do Distrito Federal. Os *surveys* foram aplicados com a colaboração de sete membros da empresa júnior de sociologia – Socius – da Universidade de Brasília nas seguintes Regiões Administrativas do Distrito Federal: Asa Norte, Asa Sul, Candangolândia, Guará, Lago Sul, Núcleo Bandeirante, Paranoá e Taguatinga.

Ao responder afirmativamente a qualquer uma das perguntas referentes às diretrizes SEBRAE/ETHOS, os empresários deveriam comentar a atividade desenvolvida pela empresa – que a qualificou como socioambientalmente responsável. A necessidade de comentar a atividade vai além da importância de se conhecer a dinâmica da responsabilidade socioambiental dos empresários, ao ajudar

na identificação de possíveis mal-interpretações das perguntas ou de atividades não-condizentes com o que foi perguntado.

Procurou-se identificar no discurso do empresário algo que pudesse ser caracterizado como problema. Neste estudo considera-se *problema* tudo aquilo que se apresenta com entrave à condução de uma gestão socioambientalmente responsável. Foram considerados cinco categorias de problemas, como se vê no Quadro 3.1. Os pesquisados foram questionados sobre a existência de problemas para a implementação da responsabilidade social sem o uso de exemplos, apenas perguntou-se se a atividade de responsabilidade socioambiental desenvolvida pela empresa já havia trazido algum problema.

Quadro 3.1 – Problemas para a implementação da responsabilidade social na empresa

Problema	Descrição
Pessoal	- falta de tempo - falta de conhecimento - falta de apoio - falta de motivação
De recursos humanos	- funcionários insuficientes - falta de capacitação - desinteresse
Financeiro	- custo
Legal	- embaraços legais de qualquer natureza - falta de apoio do governo
De estrutura física ou relacionado à comunidade	- estrutura física inadequada - desinteresse da comunidade

Qualquer menção do empresário sobre entraves à implementação da atividade pesquisada deveria ser enquadrada em uma dessas cinco categorias. Proceder dessa maneira possibilitou tabular o número de ocorrências de cada problema para análise estatística.

Com o objetivo de conhecer as razões que o levaram a ultrapassar o limite do ditame legal para a gestão de sua empresa, perguntou-se: “como surgiu a idéia de adotar essa pratica?”, em referência à prática que o qualificou como cidadão.

Não se perguntou diretamente sobre as razões pelas quais o empresário decidiu gerir o negócio de maneira responsável, para não induzir o entrevistado a preparar uma resposta que julgasse desejável.

As respostas dos empresários foram separadas em nove categorias como no Quadro 3.2, para permitir a tabulação no SPSS.

Quadro 3.2 – As razões para ser empresário cidadão

O empresário adota a responsabilidade socioambiental empresarial por motivo de:				
Ética pessoal	Exemplo na família	Melhora a imagem da empresa	Melhora a relação com a comunidade	Melhora a relação com os funcionários
Melhora a relação com os clientes	Considerações religiosas	Cumprir um papel humanitário, social ou ambiental		Não soube ou não quis responder

A complexidade das temáticas sociais e ambientais exige uma abordagem holística capaz de investigar as partes de um fenômeno e de compreender o funcionamento sistêmico dessas partes. Sendo assim, em se tendo múltiplas variáveis é necessário realizar análises multivariadas, que permitem uma interpretação teórica do conjunto. Escolheu-se a Técnica de Componentes Principais como a análise multivariada, por possuir essa propriedade de análise sistêmica.

A Técnica de Componente Principal tem a propriedade de agrupar as variáveis de um banco de dados, que são correlacionadas. Se numa representação gráfica essas variáveis dispõem-se em uma estrutura tridimensional, as componentes principais que as agrupam, segundo o grau de correlação, aparecerão no gráfico de maneira linear. Isso significa que o volume de dados é condensado de forma que poucas variáveis sejam representativas da essência de dados.

Neste sentido, a Técnica de Componentes Principais objetiva resumir as variações de um conjunto de dados. Para tanto, a partir das variáveis originais são formadas componentes principais como sendo a melhor combinação linear daquelas variáveis. Isso implica que, os constructos ou componentes formadas não apresentam problemas multicolineares, isto é, não estão correlacionadas entre si.

Neste estudo a Técnica de Componente Principal foi utilizada para agrupar os micro e pequenos empresários cidadãos segundo suas preferências na aplicação das sete diretrizes SEBRAE/ETHOS.

4 – REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 – As Micro e Pequenas Empresas

KORNIJEZUK (2004, p.14) e SACHS (2001, p.26) Chamam a atenção para a dificuldade de se determinar uma categoria chamada Micro e Pequena Empresa, que não varia apenas de um país a outro, mas dentro de uma mesma unidade nacional em que diferentes instituições escolhem que características uma empresa deve ter para ser classificada como tal. Pelo bem da objetividade e da universalidade, neste trabalho adotar-se-á a classificação brasileira de âmbito federal prescrita pela Lei número 9.841 de cinco de outubro de 1999 como se vê no Quadro 4.1.

Quadro 4.1 – Classificação das Micro e Pequenas Empresas no Brasil por faixa de faturamento anual bruto ou pelo numero de empregados, segundo a Lei Federal 9.841 de cinco de outubro de 1999.

Tipo de empresa	Micro Empresa	Pequena Empresa
Indiferente	Até 244 mil reais por ano.	De 244 mil reais até 1,2 milhões de reais por ano.
Indústria	Até 19 empregados	De 20 a 99 empregados
Comércio	Até 9 empregados	De 10 a 49 empregados

Fonte: BRASIL, 1999.

Vale mencionar que essa classificação oficial omite uma série de características comuns às MPEs, mas que por sua importância para o desenvolvimento sustentável não podem ser omitidas neste trabalho. As empresas de micro e pequeno porte são importantes acumuladoras de capital social – confiança, cooperação organização e participação social - e além de serem ágeis e de fácil adaptação, elas operam segundo os saberes e a cultura local (SACHS, 2001). Tais características importam num modelo de desenvolvimento mais justo em termos sociais e ambientais no qual existem operações de mercado, mas que não sejam mais importantes que a natureza ou que o ser humano.

Conferindo à discussão uma tônica mais objetiva cumpre ressaltar que em 2001 as MPEs foram responsáveis por 60,8% dos postos de trabalho no setor de

comércio e serviços¹⁰. É fato que a maioria das empresas no Brasil concentram-se na categoria pequena e micro e detêm, com efeito, um reconhecido potencial para a melhoria social e ambiental no, âmbito do que SACHS (2001, p.26) chama de “capitalismo reformado”, que seria a economia de mercado orientada para um desenvolvimento mais solidário em termos sociais e ambientais.

As características financeiras e operacionais das MPEs, todavia, impõem restrições que, muitas das vezes, são obstáculos quase intransponíveis para as ações e projetos que caracterizam a RSAE, sendo imprescindível um esforço do Estado no sentido de ampliar a participação das micro e pequenas na economia nacional.

Ao sustentar a tese de que é possível o desenvolvimento econômico que cause menos impacto social e ambiental – por meio das práticas de RSAE nas micro e pequenas empresas –, ecoam as palavras de Lionel Jospin: “o triunfo da economia de mercado não deve resultar na implantação de uma perversa sociedade de mercado” (*apud* PERES, 2003). A economia de mercado, alicerçada na livre-iniciativa e nas regras de competitividade, as quais são ancoradas pela mão-invisível, encerra em si, um alto preço a ser pago pelas nações que a adotam, qual seja, o da diferença social (BUARQUE, 1994).

Todavia, a sociedade não precisa transformar-se na sociedade de mercado que o ex-primeiro-ministro da França teme, pois o Mercado comporta, sem prejuízo de sua identidade ou subsistência, a ação beneficente das pessoas e das empresas, com vistas a um cenário de desenvolvimento mais sustentável e socialmente mais justo. Considerando que as MPEs provocam menos impactos ambientais e menos externalidades sociais negativas, é justo pensar que um mercado com mais micro e pequenas empresas – socioambientalmente responsáveis – do que grandes corporações seja menos próximo de uma possível e temível, sociedade de mercado.

4.2 - As empresas e a sociedade

Uma das características mais marcantes da história das empresas privadas foi a disputa, por ocasião da escassez ou da abundância de algo. Até mesmo a abundância ensejou disputas como, por exemplo, quando houve muito dinheiro em

¹⁰ IBGE 2001, As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil. IBGE, 2003.

circulação na Europa seiscentista e a inflação irrompeu. Os preços subiram e os salários não, o poder aquisitivo caiu e o assalariado teve de vender seu trabalho por menos dinheiro e de sujeitar-se a precárias condições de moradia e alimentação.

As primeiras indústrias¹¹, privadas, – séculos XVI e XVII –, eram lugares insalubres aos quais todo camponês expulso do campo ou artesão incapaz de competir deveriam submeter-se para não morrer de fome. Na Inglaterra, por exemplo, os empregadores de então desdenhavam da dignidade e da saúde de seus empregados e eram bastante eficientes em estabelecer na Câmara dos Comuns a sua agenda de interesses, que divergia dos interesses dos empregados, obrigados a empreender longas jornadas de trabalho e a viver em “casas superlotadas, sujas e em mal estado, roupas esfarrapadas e reclamações freqüentes sobre a comida insatisfatória, tanto na quantidade como na qualidade...” sem falar que “crianças com menos de 16 trabalhavam” (*apud* HUBERMAN, 1982. p.126). Nos Estados unidos, até a década de 1930 era possível encontrar crianças de até dois anos de idade trabalhando na indústria metalúrgica (HUBERMAN, 1982. p.128).

CHIAVENATO (1993, p.44) esclarece que até 1850 as empresas eram pequenas e careciam de um corpo administrativo especializado, sendo o presidente da empresa responsável por tarefas como tesouraria, compras e contratação de funcionários. Quando a empresa aumenta de tamanho, a figura do administrador torna-se indispensável e de fato a história mostra que a administração especializada foi o caminho trilhado pelas empresas ao aumentarem de tamanho.

Se a empresa ganha eficiência com o aumento de tamanho por outro lado ela também ganha o aumento da distância entre as pessoas. Em especial a distância entre o dono da empresa e os empregados, o meio ambiente e a comunidade. Como veremos a seguir a participação direta do dono do negócio nas atividades cotidianas de uma empresa – como acontece nas MPEs – pode influenciar a maneira como esta se relaciona com os funcionários, com o meio ambiente e com a comunidade. Isso foi corroborado ao se aplicar a Técnica de Componentes Principais, que mostrou grande participação dos micro e pequenos empresários na atuação responsável perante a comunidade, na promoção do bem-estar e na busca por um meio ambiente mais saudável.

¹¹ Que podiam ser desde oficinas domésticas alimentadas e supervisionadas por intermediários do dono do capital e da matéria-prima, até edifícios abarrotados de máquinas e de gente.

Ainda que muitos animais possuam a capacidade de interagir com ambiente segundo um comportamento filtrado por experiências – o bem-te-vi (*Pitangus sulphuratus*), por exemplo, aprende que não deve comer da borboleta monarca (*Danaus plexippus*), sob a pena de intoxicar-se –, o programa base de referência para seu comportamento é o que convencionou-se chamar de instinto que, em verdade, é um nome vulgar que se dá à expressão gênica modulada pelo meio ambiente. O ser humano funciona de maneira diversa: seu comportamento é sim, em parte, condicionado pela expressão da herança genética em contato com o meio ambiente, mas, também pela cognição de experiências individuais e coletivas, as quais o indivíduo pode assimilar e incorporar a seu acervo comportamental ou, ainda, modifica-las. No âmbito das experiências pessoais encontram-se as crenças e valores que no ser humano desempenham um papel mais importante no comportamento do que o instinto, haja vista vivermos em sociedade na qual os ímpetos de satisfação das necessidades básicas – alimentar-se, reproduzir etc. – não podem manifestar-se de maneira crua.

Enquanto nas grandes empresas e corporações de capital aberto isso toma uma dimensão muito mais complexa, pois as decisões são tomadas por pessoas comprometidas com maximização dos lucros, nas micro e pequenas empresas os valores pessoais têm um papel ímpar na tomada de decisão. Essa situação se agrava quando os destinatários do lucro – os acionistas – não se importam como o lucro foi obtido, se empregos foram cortados, se foi utilizado um insumo poluente por ser mais barato ou se a empresa instalou-se num país que não respeita direitos trabalhistas, nos quais os salários são miseráveis.

4.3 - A Responsabilidade Socioambiental Empresarial

Cada vez mais se consolida na sociedade brasileira, embora em estado ainda muito incipiente, a mudança do paradigma social em que o interesse próprio supera incondicionalmente o da coletividade. É patente, ainda que timidamente disseminado, o interesse crescente pelas iniciativas de melhoria das condições sociais e ambientais¹².

¹² Gazeta Mercantil 13/08/2003, Revoga-se a Lei de Gérson.

A partir da década de 1970, a Europa e os Estados Unidos da América foram palco do surgimento de diversas organizações que se mobilizaram em prol de alguma causa, sem perspectiva de lucro e com pouco ou nenhum vínculo com os Estados. Essas organizações denominadas Organizações Não-Governamentais (ONGs) constituem, junto com a sociedade civil organizada e com os institutos filantrópicos do setor privado, o que se convencionou chamar Terceiro Setor (NETO, 2001). Não houve, na história da humanidade, movimento semelhante, pelas dimensões, nível de organização e influência política e econômica que o Terceiro Setor representa.

A evolução, no sentido popular do termo, das demandas organizadas de grupos civis logrou, na Europa e nos Estados Unidos da América, melhores condições de trabalho por imiscuir-se nos foros decisórios das empresas por volta da década de 30 (McKIE, 2001). Reivindicava-se a responsabilidade que o setor privado da economia tinha em relação à classe trabalhadora.

A partir da década de 1990 o setor privado aumentou sua participação no Terceiro Setor, em resposta à incapacidade do Estado – seja por falta de recursos ou de qualquer outro subsídio – em concretizar suas obrigações constitucionais para com a população, especialmente no tocante às demandas sociais.

Daquela época até os dias atuais, amalgamou-se o conceito da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), que ganha cada vez mais adeptos em todos os países de economia de mercado. Neste trabalho será utilizado o termo Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSAE), haja vista tratar-se de um estudo que intenta avançar o estado da arte do Desenvolvimento Sustentável, em que não se poderia, sob o risco de trilhar um caminho de grave omissão, olvidar a dimensão ambiental.

Evidentemente, as iniciativas do setor privado com vistas à complementação de tarefas do Estado, tais como educação, saúde, amparo às minorias, promoção da cultura e da cidadania devem ser vistas *cum granus salis*. O termo Marketing de Causa (NETO, 2001), cunhado como referência a toda a sorte de publicidade que uma empresa faz com enfoque nas ações sociais que promove, não deixa qualquer dúvida sobre a importância que as empresas atribuem ao valor da RSAE para a competitividade. Seja causa ou consequência, não seria correto imputar o malogro dos esforços de RSAE que, não obstante o resultado do marketing para a empresa, rende efeitos positivos reais para a sociedade e para o meio ambiente.

DRUCKER (1994, p. 101) ao contestar o postulado de Milton Friedman¹³, de que as empresas privadas não tem outra responsabilidade, senão a de gerar lucro esclarece que é fundamental que as empresas tenham saúde financeira e este deve ser o seu foco. Todavia, o lucro jamais pode ser a única responsabilidade de uma empresa, que tem “total responsabilidade sobre seu impacto na comunidade e na sociedade, sobre os efluentes que descarta no rio local, ... ou sobre o tráfego engarrafado que gera em por conta do seu horário de funcionamento”. Não causa espanto, pois, que Friedman seja um ícone do pensamento liberal e da ideologia contra a responsabilidade social¹⁴.

Para NETO (2001, p. 78) a responsabilidade social das empresas concentra-se em sete vetores: 1. Apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua; 2. Preservação do meio ambiente; 3. investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável; 4. Comunicações transparentes; 5. Retorno aos acionistas; 6. Sinergia com parceiros; e 7. Satisfação dos e clientes e dos consumidores. Esses sete vetores seguem a mesma lógica das diretrizes arroladas pelo SEBRAE e pelo Instituto Ethos para a aplicação da responsabilidade social em micro e pequenas empresas.

Para AMARÍLIO (2003, p. 16) responsabilidade socioambiental é uma atitude pró-ativa e volitiva das empresas, que contribui “para uma sociedade mais justa e um meio ambiente mais limpo”, porém com forte apelo para a conversão desses esforços em lucro indireto. Neto (2003) e AMARÍLIO (2003) consideram importante a publicação do Balanço Social, que torna público e mensurável o esforço empreendido por uma empresa para a consecução de seus compromissos sociais e ambientais. O uso dessa ferramenta, entretanto não foi identificado em nenhuma das empresas em que os *surveys* foram aplicados.

Responsabilidade Socioambiental Empresarial pode, então, ser resumida como um tipo de gestão do negócio privado no qual as estratégias de maximização do lucro não são os únicos elementos determinantes da tomada de

¹³ O economista norte-americano Milton Friedman sugere que as empresas privadas que incorporam princípios de responsabilidade social divergem de sua única obrigação: gerar lucro. Friedman prega que a discussão sobre responsabilidade social é vaga e carece de rigor analítico, e que as empresas que cedem ao discurso “socialista” da responsabilidade social servem de “marionetes das forças intelectuais que tem minado as bases da sociedade livre nas últimas décadas.”. (*apud* Friedman, 1970)

¹⁴ O *site* www.csrwatch.com é atualmente o mais ativo defensor da ideologia anti-responsabilidade social das empresas.

decisão numa empresa. A RSAE é a ação responsável da empresa perante todos os seus públicos de relacionamento¹⁵. Exclui-se deste estudo, portanto, as empresas que adotam medidas de responsabilidade socioambiental com efeitos meramente cosméticos, objetivando apenas locupletar-se do marketing de causa.

No Brasil, excluindo-se algumas poucas exceções não se fala em responsabilidade social empresarial das micro e pequenas empresas. Não é difícil entender o porque. Para empresas de micro e pequeno porte vencer a extinção prematura já constitui uma barreira que a maioria não logra transpor, quiçá adotar práticas socioambientalmente responsáveis. Todavia algumas conseguem e urge lembrar que as micro e pequenas empresas constituem algo em torno de 94% das empresas privadas no Brasil (ITACARAMBI, 2003), um enorme potencial para se colocar em prática um desenvolvimento efetivamente sustentável. O IBASE, instituição de utilidade pública sem fins lucrativos comprometida com vem tentando desde 2003 implementar o balanço nas micro e pequenas empresas, entretanto apenas três empresas publicaram o balanço até o momento.

4.4 - As sete diretrizes SEBRAE/ETHOS

A publicação Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas do SEBRAE em parceria com Instituto ETHOS arrola as seguintes diretrizes para que uma micro ou pequena empresa exerça a responsabilidade socioambiental, *in verbis*: 1ª. Adote Valores e Trabalhe com transparência; 2ª. Valorize empregados e colaboradores; 3ª. Faça sempre mais pelo meio ambiente; 4ª. Envolve parceiros e fornecedores; 5ª. Proteja clientes e consumidores; 6ª. Promova sua comunidade; 7ª. Comprometa-se com o bem comum. Cada uma dessas diretrizes representa uma dimensão da RSAE em que o micro e pequeno empresário pode atuar para exercer o papel cidadão de que sua empresa é capaz. São, pois, as chaves para identificar os empresários cidadãos, que já praticam alguma ação que os qualifica como tal. Sendo assim, cada uma dessas diretrizes foi descrita e exemplificada em um *survey*, elaborado para filtrar dentro de uma amostra, aqueles sujeitos que são praticantes da RSAE.

¹⁵ Por público de relacionamento entenda-se a comunidade, os fornecedores, o meio ambiente, os empregados e o Estado.

4.5 - Políticas Públicas e as empresas

A sociedade, longe de ser estática e imutável, carece, diante de sua lépida dinâmica, de um esforço constante do Estado no sentido de adequar as prescrições das leis nacionais às novas demandas e aos novos atributos da sociedade. A atuação socioambientalmente responsável das MPEs é um exemplo patente dessa dinâmica da sociedade, uma vez que não se enquadra naquilo que se espera de uma empresa privada na ótica do paradigma vigente.

Considerando que este trabalho produziu dados capazes de subsidiar a tomada de decisão sobre a temática da RSAE, e considerando que durante a aplicação do *survey* muitos sujeitos comentaram a falta de apoio do Governo às micro e pequenas empresas, faz-se necessária avaliar de que maneira a ação do Estado brasileiro tem influenciado a RSAE e quais são as perspectivas dessa influência.

A formulação das políticas públicas pode e deve ser influenciada pela sociedade, que, ao valer-se desse direito, exerce sua cidadania sob a égide da democracia participativa. Entendendo-se por política pública toda a “ação com efeito social que utiliza recursos públicos com responsabilidade social”¹⁶, podemos ilustrar a geração desse instrumento democrático da seguinte maneira: Para que haja uma determinada política pública é necessário, primeiramente, existir um problema que afete a coletividade e que esse problema passe a integrar a agenda política. O entendimento do problema, ou de que há um problema, depende da concepção que se tem de sociedade e a criação de políticas públicas que tratem do problema depende da diligência e capacidade de mobilização dos atores sociais e políticos em dar visibilidade a esse fenômeno social que aqui chamamos problema. Espera-se que esta pesquisa sirva, além de seu objetivo principal, para transformar a RSAE das MPEs nesse fenômeno social a que chamamos problema, ao divulgar a importância da atuação cidadã do micro e pequeno empresário. A Figura 4.1 ilustra a gênese das políticas públicas¹⁷.

¹⁶ NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. Políticas Públicas e Meio Ambiente: primeiro semestre de 2005. Notas de aula.

¹⁷ *idem*

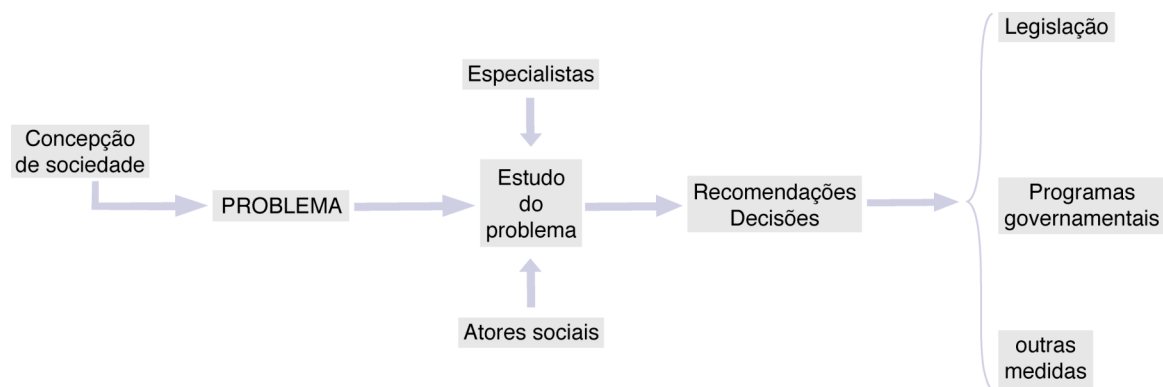


Figura 4.1 – Fluxograma descritivo da composição das políticas públicas

Visto isso, revela-se a importância de a. tornar ostensiva uma determinada demanda ou problema da coletividade – digamos a necessidade de fomentar a aurora de um novo paradigma –; e b. subsidiar o tomador de decisões com dados precisos sobre como atender a essa demanda. Ao cumprir seus objetivos específicos, esta dissertação cumpriu, em parte, essa segunda tarefa.

Uma vez que não se tem a ambição de reclamar vanguarda dessa temática, arrolemos, pois, o que já foi feito em termos de políticas públicas no Brasil – mais especificamente as leis e propostas de lei – acerca do tema Responsabilidade Socioambiental Empresarial.

Pode-se encontrar leis ou projetos de lei sobre a atuação socioambiental das empresas nas três instâncias de regulação no Brasil, municipal, estadual e federal. Todavia, apenas nos níveis municipal e estadual já existem leis vigentes.

Chama a atenção, como se verifica a seguir, o fato de a esfera federal ter se ocupado em apresentar apenas propostas de leis vinculantes enquanto nas esferas municipal e estadual só se encontra políticas de fomento.

Na esfera federal Projeto de Lei 0032/99, em trâmite na Câmara dos Deputados exorta o cumprimento do compromisso assumido durante a Cúpula de Desenvolvimento Humano de Copenhague/95, sobre a importância de as empresas se empenharem na promoção do desenvolvimento social. Justifica que “novos contextos marcam o mundo do trabalho, tais como a diminuição do trabalho assalariado, aumento da participação feminina e processos de reconversão tecnológica. Novos mecanismos de negociação entre empregados e empregadores são estabelecidos e se consolida, dada (sic) dia mais, a necessidade de maior visibilidade de indicadores desses contextos” (*apud* BRASIL, ROCHA 2004). Para tanto, resolve que “acrescer a

obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social é responder a uma demanda de prestação de contas formal dos indicadores desses contextos”. Caso este projeto se torne lei de fato, deverão divulgar anualmente o balanço social, todas as empresas com mais de cem funcionários bem como todas as empresas públicas. Atualmente este Projeto de Lei encontra-se na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, já tendo sido aprovado, com ressalvas, na Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público.

Com o objetivo de estabelecer a RSE como critério de desempate nos contratos públicos, o Projeto de Lei 2.304/03 (BRASIL, LOPES, 2004) prevê a alteração da Lei de Licitações e Contratos da Administração Pública (BRASIL, 1993). Tramita na Câmara dos Deputados, anexado ao Projeto de Lei 3.407/04, que trata da mesma matéria. Este último detalha que como derradeiro critério para desempate será preferida a empresa que tiver publicado seu balanço social, segundo os critérios arrolados na referida peça normativa. O Projeto de Lei 2.304/03, entretanto, limita-se a eleger como critério de desempate a preferência pelas “Empresas com Responsabilidade Social”, delegando a tarefa de estabelecer critérios para julgá-las como tal ao poder Executivo.

Estabelece o Projeto de 2.110/03 (BRASIL, NADER, 2004) que “a empresa obrigada a publicar seus balanços patrimoniais e de resultados editará, juntamente com estes, a demonstração social”, que dentre outros itens deverá publicar “a soma dos lucros distribuídos aos empregados, aos diretores e aos acionistas”. Este Projeto de Lei prefere “demonstração social” a balanço social, termo este, que julga impróprio. Foi rejeitado pela Comissão de Economia, Indústria e Comércio sob os argumentos de que a. os dados contábeis das empresas são “de difícil interpretação pelo cidadão comum” e b. algumas das exigências elencadas na “demonstração social” poderiam “expor informações e aspectos estratégicos da gestão empresarial”. Chama a atenção, ademais, o fato de o conteúdo do Projeto de Lei em apreço já ter sido apresentado anteriormente, *ipsis literis*, sob o número 6.725/02, tendo sido igualmente rejeitado.

O Projeto de Lei 1.305/03 (BRASIL, PINTO, 2004) que dispõe sobre a Responsabilidade Social das Sociedades Empresárias “estabelece normas de transparência e controle da responsabilidade social” das empresas e empresários nacionais e estrangeiros. Este Projeto de Lei demanda leitura mais esmiuçada, pela complexidade e pelo potencial impacto na economia. Em seu segundo artigo indica os objetivos do Projeto, quais sejam: a. “estabelecer regras de transparência e controle da

Responsabilidade Social”; b. “tornar socialmente ética e transparente a atuação das Sociedades Empresárias e dos Empresários junto a seus Públicos de Relacionamento”; c. “preservar e consolidar a imagem e reputação nacional da Sociedade Empresária e do Empresário no País e no exterior como agente ético de circulação e criação de riqueza nacional, por meio de mecanismos sólidos de transparência social”; e d. “estabelecer a obrigatoriedade de publicação do Balanço Social da Sociedade Empresária como mecanismo de controle e transparência da Responsabilidade Social”.

Essa peça normativa determina ainda, que toda empresa nacional ou estrangeira deverá criar uma “Comissão de Ética e Responsabilidade Social”, cujos membros serão funcionários da empresa com a incumbência de: a. “elaborar e publicar o Balanço Social”; b. “acompanhar a elaboração dos estudos e relatórios exigidos pelo Conselho Nacional de Responsabilidade Social” e c. “fiscalizar a aplicação das normas legais de Responsabilidade Social, em conjunto com os órgãos de controle e *compliance* da Sociedade Empresária”. As informações que deverão constar no Balanço Social são contempladas no Projeto em apreço.

O Projeto em tela estabeleça a criação de um “Conselho Nacional de Responsabilidade Social – CNRS”, com poderes para “determinar, quando julgar necessário, a realização de estudo do impacto social e respectivos relatórios”; “aplicar as penalidades previstas no art. 12¹⁸”; “determinar a forma e conteúdo do Balanço Social da Sociedade Empresária¹⁹”; “determinar a forma e conteúdo do Relatório de Gestão Social, que conterà, dentre outros dados, o Balanço Social da Sociedade Empresária”; “estabelecer normas e padrões de controle e transparência da Responsabilidade Social”; “exercer o controle estatístico nacional da Responsabilidade Social”; e “elaborar o seu Regimento”. Esse Conselho será composto, caso o Projeto se torne Lei, dos ministros da Assistência e Promoção Social (presidente); da Fazenda; do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; do Meio Ambiente; do Trabalho e Emprego e pela Procuradoria-Geral da República. Nota-se que a composição do CNRS não contempla representantes da sociedade civil ou das empresas.

A respeito das sanções mencionadas, parece que o artigo 11 é que as contém, e não o artigo 12. Se não, vejamos: O artigo 11 arrola duas penalidades para

¹⁸ O artigo 12 do Projeto de Lei 1.305/03, todavia, não faz menção a qualquer penalidade, como se pode verificar pela sua transcrição: “Art. 12. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos em relação aos artigos 3º, 4º, 5º, 6º 10 e 11 a partir de 1º de janeiro de 2004”.

¹⁹ Embora já tenham sido estabelecidos no quinto artigo do mesmo Projeto de Lei.

os casos de “omissão na entrega ao CNRS do Relatório de Gestão Fiscal, instrumento de controle e transparência da Responsabilidade Social”, quais sejam 1. “perda ou suspensão de participação em linhas de financiamento em estabelecimentos oficiais de crédito, pelo período de até 3 (três) anos” e ; 2. “proibição de contratar com a Administração Pública, pelo período de até 3 (três) anos.”.

A Lei 2.843/03 do estado do Amazonas cria o Certificado de Responsabilidade Social. Além de conferir o referido Certificado, a Assembléia Legislativa do Amazonas julga os projetos sociais submetidos pelas empresas, dentre os quais elege um para receber um troféu Responsabilidade Social – Destaque/AM. Enquanto a Lei 11.440/00 estabelece a criação do Certificado Responsabilidade Social-RS, para empresas que apresentam o balanço social. Tal qual no estado do Amazonas, um troféu Responsabilidade Social – Destaque/RS é conferido ao melhor projeto a cada ano.

A Câmara Municipal de Uberlândia (MG) instituiu em 1999 o Decreto Legislativo 118/99 que cria o título de Desempenho Comunitário e Empresarial, para empresas atuantes no município, que se destacarem na promoção e execução de projetos nas áreas de ações sociais nas áreas de saúde, educação, meio ambiente, cultura e participação comunitária. No Município de São Paulo (SP), foi criado pela Câmara local a Resolução 005/98, que institui o Dia e o Selo da Empresa Cidadã. Podem receber o título aquelas empresas que publicarem balanço social. A Lei 7.672/1998, vigente no Município de Santo André (SP) também cria um selo Empresa-Cidadã, para as empresas que apresentarem balanço social. No Município de João Pessoa (PB) as empresas que apresentam balanço social positivo podem pleitear o Selo Herbert de Souza, instituído pela Resolução 004/1998. A Lei 8.118/1998 do Município de Porto Alegre (RS) estabelece que toda empresa de pequeno, médio e grande porte, estabelecida na região de Porto Alegre e que tenha mais de 20 empregados, deverá apresentar seus balanços sociais, anualmente. Essa Lei determina que a empresa que publicar o referido balanço deverá receber um “Selo da Cidadania” conferido pela Câmara Municipal. Todavia, não faz menção a qualquer punição para aquelas empresas que se enquadrem nas especificações da norma, mas que não a cumprirem. O Quadro 4.4.1 resume o esforço normativo no Brasil acerca da RSAE.

Quadro 4.2 – As leis e projetos de lei brasileiros sobre a responsabilidade socioambiental empresarial

	MUNICIPAL	ESTADUAL	FEDERAL
Lei Vinculante			PL 1.305/2003 PL 2.304/2004 PL 0032/1999
Política de Fomento	Decreto Legislativo 118/1999 Lei 8.118/1998 Lei 7.672/1998 Resolução 005/1998 Resolução 004/98	Lei 2.843/2003 Lei 11.440/2000	

Fica claro, portanto, que, com exceção do Projeto de Lei 2.304/2003 – que altera a lei de licitações públicas, 8.666/1993 – e das leis que criam prêmios para gestão responsável, o esforço legislativo acerca da RSAE concentra-se em tornar compulsória a adoção de práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas. O exame das referidas leis e projetos de lei acusa dois problemas fundamentais; 1) O fenômeno mundial das *leis que não pegam*, no Brasil, adquire dimensões notáveis ao que o cidadão vendo-se forçado a cumprir tais prescrições legais, dá *um jeitinho* e evita ações efetivas, bastando-lhe as cosméticas (CASTOR, 2004, p. 55); e 2) As MPEs visivelmente não constituem uma prioridade nesse esforço legislativo.

A RSAE poderia ser disseminada entre as micro e pequenas empresas com maior vigor se houvesse um esforço efetivo do Estado brasileiro direcionado ao fomento dessa prática. Todavia, mostrou-se neste estudo que as micro e pequenas empresas já aplicam a gestão responsável mesmo sem o apoio do Governo. Isso não significa que ao Estado não caiba a tarefa de ampliar o fomento à RSAE em suas deliberações, mas atualmente a melhor postura do Governo brasileiro com relação à atuação responsável das empresas pode ser a de não impor sanções ou dificuldades, em especial às micro e pequenas empresas.

4.6 - A regulação não estatal da responsabilidade socioambiental

As leis não são os únicos instrumentos capazes de regular a atuação responsável das empresas, e talvez não sejam os melhores. É comum no meio empresarial uma atitude de desconfiança e descontentamento com relação ao volume de tributos e ao excesso de vigilância estatal em suas atividades, de maneira que medidas não coercitivas talvez sejam mais eficazes para avaliar ou monitorar a responsabilidade social das empresas, que é voluntária, cumpre relembrar.

O Balanço Social, é um instrumento de que as empresas podem valer-se para divulgar com detalhes a sua atuação social e ambiental. Surgido na França na década de 1970, por força de lei, o Balanço Social popularizou-se no Brasil a partir da década de 1980 pela intervenção do sociólogo Herbert de Sousa, o Betinho. Desde então o IBASE capitaneia a disseminação da cultura do Balanço Social como elemento de difusão do compromisso socioambiental das empresas no Brasil. O “Balanço Social demonstra principalmente o grau de cidadania empresarial das empresas, o que representa o seu nível de compromisso com a busca de soluções para os problemas sociais do país” e sistematiza a atuação positiva da empresa com relação aos “empregados e seus familiares, em especial no campo da educação, saúde, segurança do trabalho, remuneração e benefícios”; e com relação à “sociedade (educação, cultura, esporte, lazer meio ambiente, etc.)” (*apud* NETO, 2001, p. 128)

A SAI, uma organização não-governamental norte-americana instituiu o SA8000 que é um mecanismo de implementação e monitoramento de políticas de dignidade no trabalho dentro das empresas privadas. Esse mecanismo, criado com base nas normas internacionais de direitos humanos e nas convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) determina e facilita a auditoria de nove itens, arrolados no Quadro 4.3.

Quadro 4.3 – Itens avaliados pelo SA8000

Trabalho infantil	Ausência de trabalhadores com menos de 15 anos de idade ou 14, segundo as convenções da OIT.
Trabalhos forçados	Ausência de trabalho forçado, que inclui prisão, trabalho por dívida, não reter depósitos ou documentos pessoais dos empregados.
Saúde e segurança	Ambiente de trabalho seguro e saudável, medidas para reduzir acidentes de trabalho, treinamento de segurança e saúde para os funcionários, sistemas para detectar ameaças à segurança e à saúde, acesso a banheiros e água potável.
Liberdade de associação e de representação coletiva	Direito de formar e de participar de sindicatos, e de barganhar coletivamente, proporcionar meios que facilitem a organização sindical e coletiva em países onde são proibidos.
Discriminação	Ausência de discriminação de raça, casta, origem, credo, deficiências, gênero, idade, afiliação política ou sindical. Ausência de assédio sexual.
Disciplina	Ausência de punições físicas, de coerção física ou mental e de abusos verbais.
Jornada de trabalho	Cumprimento das leis pertinentes com o limite de 48 horas semanais, com pelo menos um dia livre para cada período de sete dias. Hora-extra, voluntária, bem remunerada e jamais superior a 12 horas semanais.
Compensações	Salários dentro dos padrões legais ou dos praticados pela indústria, desde que compatíveis com as necessidades do empregado e de sua família. Ausência de deduções salariais como punição.
Sistema de gerência	Busca da superação dos padrões estabelecidos pela certificação.

Fonte: Modificado de SAI 2006.

Outro instrumento de padronização e monitoramento da atuação social das empresas é o ISO26000, que está atualmente em fase final de elaboração em

parceria com o Swedish Standards Institute e a ABNT. O ISO26000 estará disponível para as empresas no ano 2008 e fará par aos já conhecidos ISO9000 e ISO14000. A padronização, entretanto, pode ensejar a *pasteurização* da ação social das empresas se sua implementação não for volitiva. Isso foi explicado anteriormente e se justifica pelo fenômeno das “leis que não pegam”. A padronização não tem sua importância diminuída quando aplicada por iniciativa da empresas, ao querer, com isto, dar transparência e credibilidade pública para suas atividades no campo social e ambiental.

Não menos importante que certificados de padronização ou leis vinculantes, o escrutínio popular afigura-se como uma importante dimensão do monitoramento das atividades empresariais, inclusive da RSAE. Existem mecanismos de intervenção popular que vêm ganhando força no Brasil, tais como as ONGs e os movimentos sociais. O IBASE é um exemplo de organização não-governamental que acompanha o desenvolvimento do Balanço Social no Brasil, além de promover o debate de outras temáticas.

4.7 - O Empresário Cidadão

Explicitada a importância dos micro e pequenos empresários para a transformação paradigmática mencionada anteriormente, importa estabelecer uma categoria específica para esses agentes sociais. Se a RSAE guarda estreita relação com o exercício e com a difusão da cidadania, admite-se que aqueles empresários que gerem seus negócios de maneira socioambientalmente responsável sejam qualificados como empresários cidadãos. Consideremos, pois, que os empresários cujas empresas possam ser qualificadas com praticantes da RSAE sejam denominados *empresários cidadãos*. Não que os demais empresários – os médios e grandes – não sejam eles também cidadãos, mas quer-nos parecer apropriado que se estabeleça a referida categoria de sorte a diferenciar o empresário que não apenas exerce suas prerrogativas individuais de cidadão, mas que utiliza seu *ganha-pão* – em se tratando de MPEs é bem razoável dizer-se que a empresa é fonte de subsistência de seu dono – para irradiar em sua comunidade a cidadania. Estabelecida, portanto, a categoria empresário cidadão, cumpre definir quem o é; para este estudo o atendimento de pelo

menos uma das sete diretrizes SEBRAE/ETHOS para a RSAE²⁰ basta para qualificar o empresário como cidadão. Se essa sabatina parece demasiadamente condescendente, passemos ao exame do contraditório. A assistência técnica prestada às MPEs e a articulação institucional e política do SEBRAE em prol dessas empresas o qualificam de maneira inequívoca como o fiel depositário dos interesses das micro e pequenas empresas no Brasil – que, como vimos, provocam menores impactos ambientais e menos externalidades sociais –, e não menos importante, o Instituto ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial cada vez mais destaca-se como referência nacional e internacional ao difundir, de maneira ampla, a importância da gestão empresarial socioambientalmente responsável, não apenas entre as empresas, mas também na academia e em suas articulações institucionais. Se definíssemos que a micro e pequena empresa cidadã deve implementar todas as mencionadas diretrizes excluiríamos a maior parcela das MPEs, que muitas vezes mal conseguem sobreviver no mercado, mas que, ainda assim, não hesitam em adotar uma ou outra ação social ou ambiental. Escolher duas ou mais diretrizes implicaria atribuir uma escala de importância entre elas, mas não é intenção deste estudo desfigurar o trabalho daqueles que, criteriosamente, cunharam tais diretrizes. Ao estabelecer que pelos menos uma diretriz basta, não se exclui as demais nem faz-se juízo de valor sobre uma possível hierarquia entre elas. Ademais, vale ressaltar que o campo de atuação social e ambiental das micro e pequenas empresas tende a derivar da natureza da atividade da empresa, ao que se observa a atenção da empresa a uma demanda social ou ambiental que pode ser atendida de acordo com as habilidades do empresário ou com a estrutura da empresa.

²⁰ O próximo sub-item trata especificamente das diretrizes.

5 – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 - Caracterização socioeconômica da amostra

Com relação ao gênero, na amostra há apenas 10% a mais de homens do que de mulheres à frente das micro e pequenas empresas do DF, como se vê no Gráfico 5.1. Essa é uma tendência otimista, uma vez que O'CONNOR (1994, p. 107) mostra um cenário da economia mundial em que a mulher é marginalizada e oprimida em sua capacidade de trabalho e aptidões singulares. Embora a sociedade ocidental tenha logrado grandes avanços em direção à cidadania equânime entre homens e mulheres – considerando-se os direitos e nível de apropriação do espaço público e doméstico ao longo da história – ainda há um hiato a ser superado, em especial no tocante às disparidades entre os direitos legais e a prática cotidiana. Essa lacuna pode ser exemplificada pela discriminação que ainda acontece em grandes corporações em que mulheres e homens que têm as mesmas obrigações e responsabilidades recebem salários diferentes.

Aparentemente, nas micro e pequenas empresas do DF a mulher tem sido capaz de se apropriar do espaço econômico ao afirmar sua capacidade de gestora de empresa.

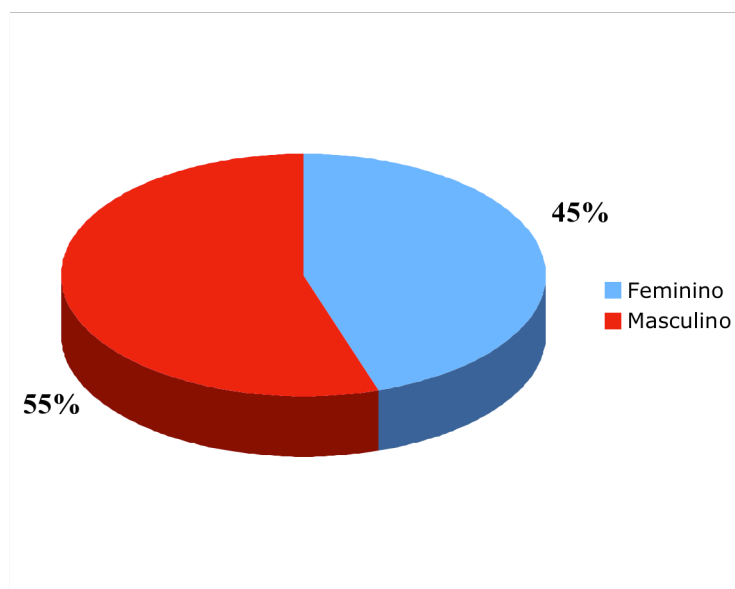


Gráfico 5.1 – Distribuição da amostra por gênero

As mulheres têm um papel preponderante para a construção de um novo paradigma por meio de valores provedores e não-beligerantes como ilustra CAPRA (2001). Segundo esse autor, muitos dos vícios sociais e da atitude dominadora em relação à natureza emanam da falta de equilíbrio entre o poder exercido por homens e mulheres, em que pesa elevada marginalização destas últimas. A própria concepção da ciência instrumental emanou da atitude masculina com relação à natureza, que tem sido uma de investigação, uso competitivo e de descarte. E se a ciência tem sido uma das forças que impulsionam o desenvolvimento econômico, num processo de retroalimentação, então podemos perceber a influência dos valores masculinos na vida econômica. Ao demonstrar a importância da valoração dos ativos ambientais para a formulação de políticas públicas de conservação ambiental, MOTA (2000), registrou uma atitude mais proativa das mulheres no Distrito Federal com relação ao imperativo de conservar a natureza. Corrobora-se, portanto, a importância da economia de pequena escala para a consecução de uma sociedade mais equânime e de um meio ambiente mais salubre.

A Tabela 5.1 mostra que um quarto dos empresários pesquisados estão na faixa dos 39 a 48 anos, e 23,6% na faixa dos 29 a 38 anos, de sorte que quase 65% da amostra tem menos de cinquenta anos.

Tabela 5.1 – Distribuição da amostra por faixa etária

	Porcentagem
18 a 28 anos	15,8
29 a 38 anos	23,6
39 a 48 anos	25,3
49 a 58 anos	20,5
59 a 68 anos	13,4
69 a 78 anos	1,4
Total	100

Quase 50% da amostra tem pelo menos o ensino médio concluído. Dessa feita, a maior parte dos micro e pequenos empresários amostrados teve algo em torno de doze anos de estudo. O Gráfico 5.3 mostra como a amostra de distribui segundo a escolaridade dos sujeitos.

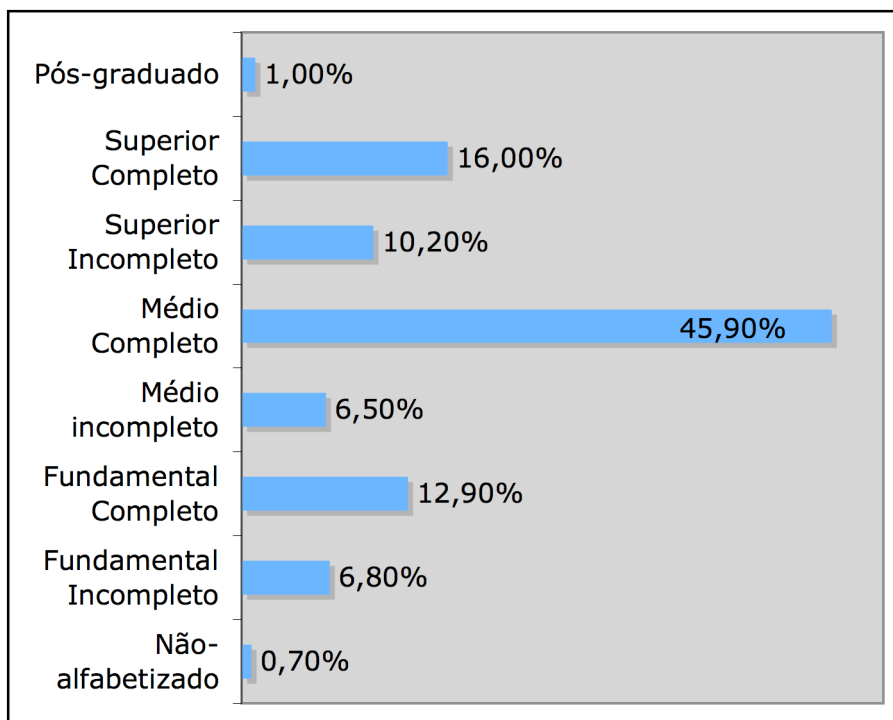


Gráfico 5.3 – Distribuição da amostra por escolaridade

Ao serem indagados sobre a renda, muitos empresários demonstraram claro desconforto com a pergunta. Isso era esperado de antemão e esse viés foi levado em consideração na elaboração do *survey*, por isso não se perguntou a renda, mas a faixa de renda. Ainda assim, o Gráfico 5.4 mostra que algo em torno de 40% dos sujeitos recusaram-se a informar a faixa de renda ou afirmaram desconhecer o valor.

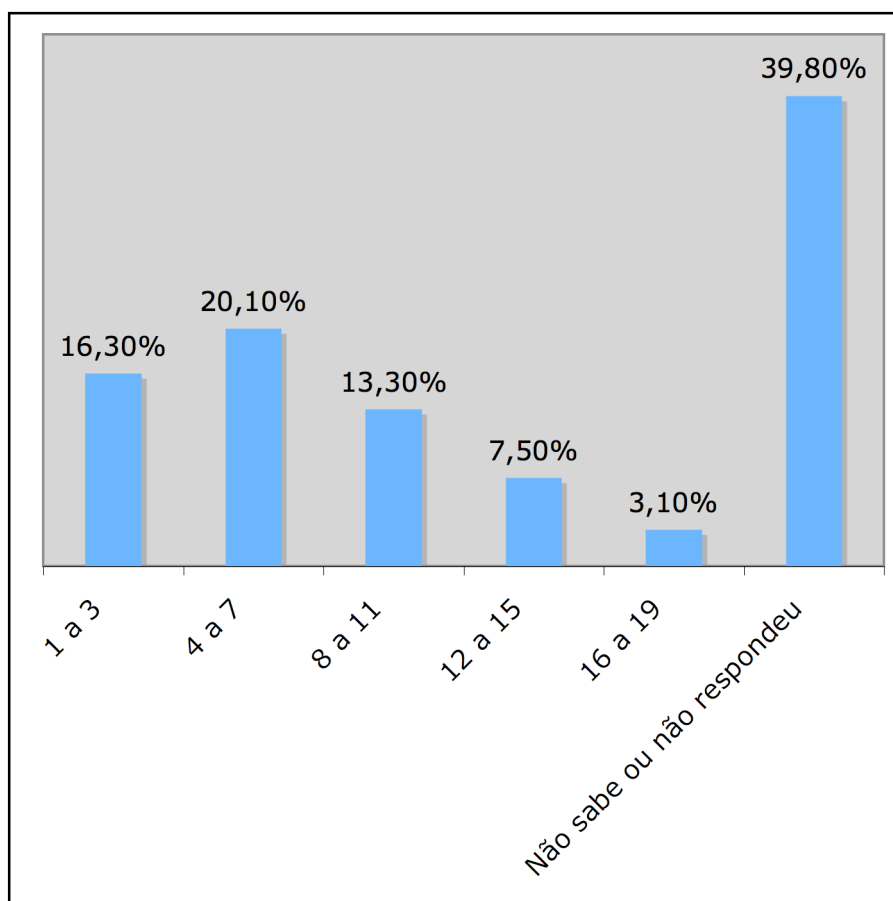


Gráfico 5.4 – Distribuição da amostra por renda em salários mínimos²¹

O gráfico 5.5 apresenta um dado inesperado: 82% da amostra foi caracterizada como socialmente responsável. Isso significa que dos 294 empresários amostrados, 241 responderam afirmativamente a pelo menos uma das perguntas do *survey* referentes às sete diretrizes SEBRAE/ETHOS, além de terem sido capazes de justificar as respostas. Depois de respondidos os *surveys* foram triados e algumas respostas afirmativas foram desconsideradas.

²¹ Considerou-se o valor de trezentos reais para o salário mínimo.

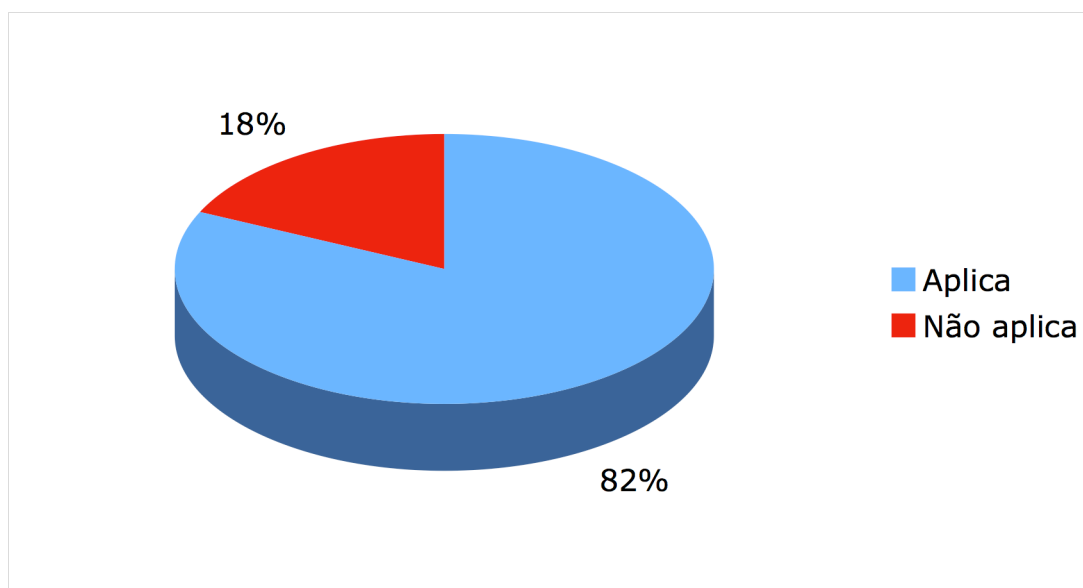


Gráfico 5.5 – Distribuição da amostra quanto à aplicação da responsabilidade social

A triagem dos *surveys* teve o objetivo de filtrar as “respostas socialmente desejáveis” (*apud* SOMMER, 1997, p. 119) dos empresários. Isso foi necessário para reduzir o viés dos efeitos psicológicos provocados pelo *survey*. As perguntas referentes às sete diretrizes eram assaz convidativas à resposta afirmativa e percebeu-se que no afã de responder afirmativamente muitos sujeitos não compreenderam as perguntas, ao que ou não justificaram suas respostas ou, ao justificar, deram respostas que não condiziam com a pergunta feita. Por isso foi necessário aplicar a filtragem resumida no Quadro 5.1.

Quadro 5.1 – Aplicação dos critérios de filtragem das respostas para redução de viés

Justificativa	resposta ²²
Explicou adequadamente de que maneira aplica diretriz	SIM
Não justificou a resposta	SIM
A justificativa não correspondia à pergunta	SIM
A prática relatada é prescrita por lei	SIM
A prática relatada não se enquadra na diretriz questionada	SIM

²² As respostas “SIM” marcadas de cor amarela foram contabilizadas como “NÃO”, para reduzir o viés provocado pela respostas “de ímpeto”. Isso não significa que o empresário tenha respondido “NÃO”, mas caracteriza que ele deu indícios que não aplica, de fato, a diretriz em questão.

5.2 – Caracterização socioeconômica dos empresários cidadãos

Se a distribuição dos micro e pequenos empresários quanto ao gênero chama a atenção pela expressiva participação da mulher, outro dado interessante surge ao se comparar a mesma variável entre o grupo dos empresários cidadãos Gráfico 5.6 com os empresários comuns Gráfico 5.3. Entre os empresários cidadãos há 6% a mais de homens em comparação com mulheres, já entre os empresários comuns essa diferença aumenta para 32%. Pode-se presumir que as mulheres sejam ligeiramente mais inclinadas a adotar práticas de responsabilidade socioambiental em suas empresas e talvez essa seja uma tendência natural já constatada por outros observadores. A aptidão feminina para a caridade e a filantropia foi historicamente fomentada “a partir da valorização das próprias virtudes e papéis tidos como femininos (‘devoção incondicional’, ‘afetividade’, ‘mansidão’, ‘responsabilidade de zelar pela moral’)” (*apud* PINSKY *et al.*, 2003, p. 274), o que permitiu à mulher estender à sociedade o papel de zeladora da integridade do lar que lhe era confiado – se não imposto – pelo homem. Os autores ainda elucidam que essa “‘missão feminina’ de melhorar a sociedade” abriu espaço para a ocupação de espaços sociais outrora acessíveis apenas aos homens.

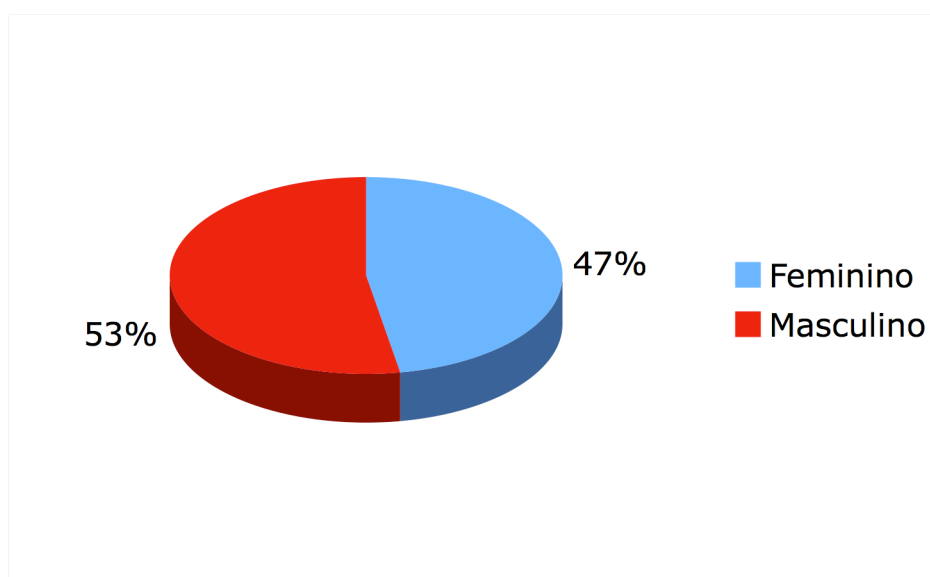


Gráfico 5.6 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por gênero

O Gráfico 5.7 mostra a distribuição por gênero dos empresários comuns, na qual se nota uma expressiva diminuição na quantidade de mulheres empresarias. Não se descarta, entretanto, a possibilidade de o destacado predomínio de homens empresários sobre as mulheres no grupo dos empresários comuns ser provocado pelo reduzido tamanho desta sub-amostra. Não resta dúvida, entretanto, quanto à distribuição mais homogênea entre homens e mulheres no grupo dos empresários cidadãos e na amostra de maneira geral.

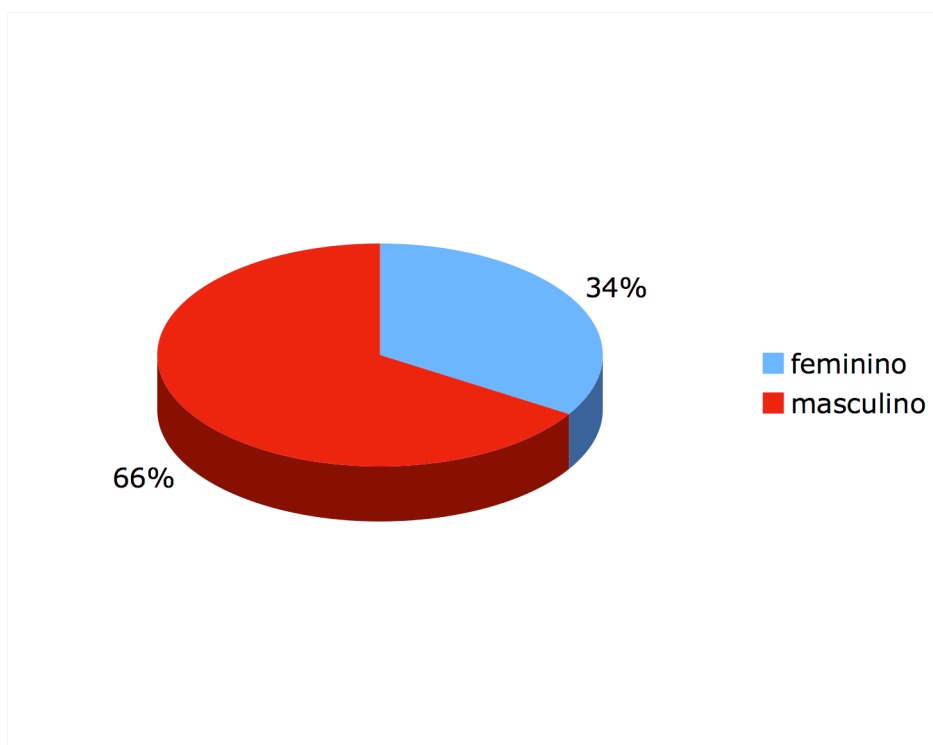


Gráfico 5.7 – Distribuição dos empresários comuns do DF por gênero

A faixa etária pouco se altera com relação ao total da amostra, com pequeno aumento na concentração dos empresários com mais de cinquenta anos, como se vê no Gráfico 5.8. Mesmo em comparação com a parcela de empresários comuns não se nota diferenças expressivas.

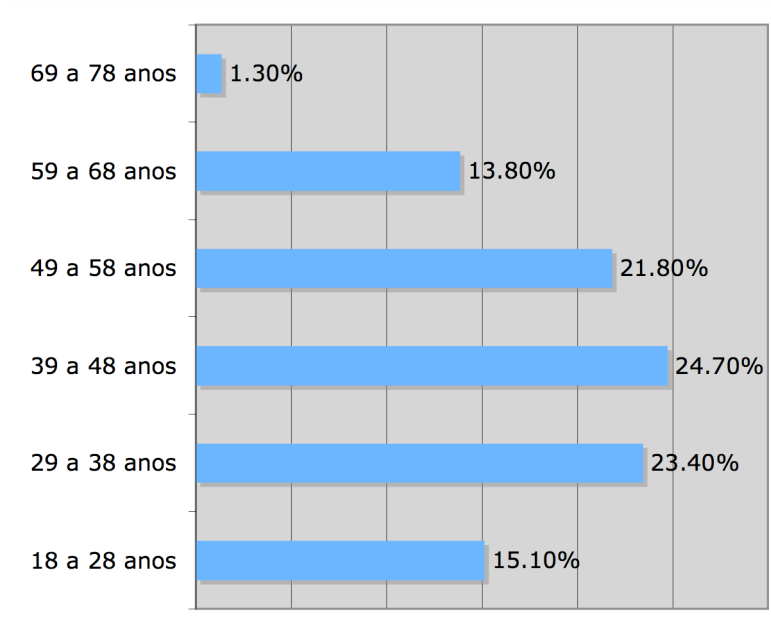


Gráfico 5.8 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por faixa etária

Ao investigar a influência da idade na aplicação de valores éticos por executivos de empresas norte-americanas, BAUMHART (1971, p. 120) constatou que os mais jovens tendiam a ser menos éticos em suas deliberações que os mais velhos e concluiu que:

1. Mais jovens admitem a existência de práticas não-éticas em suas respectivas indústrias e concordam em que ‘o executivo empresarial norte-americano tende para ignorar as grandes leis éticas, na medida em que se aplicam diretamente ao seu trabalho’.
2. Menos jovens opinam que um código de ética escrito elevaria o nível ético de suas indústrias ou que um código ético seria facilmente imposto e respeitado.
3. Uma maior percentagem de jovens concorda com a idéia: “o comprador (consumidor) que se defenda”.
4. Uma maior percentagem de jovens pensa que os executivos são desprovidos de ética se ignorarem os interesses do empregado e do consumidor, em favor do acionista.

Adaptado de BAUMHART (1971, p. 121)

Não faria sentido comparar minuciosamente os dados colhidos nesta pesquisa com aqueles obtidos nos Estados Unidos na década de 1970, mas vale observar que a tendência dos executivos mais velhos a serem mais éticos não se

observou nas micro e pequenas empresas do DF. Diferentemente dos resultados obtidos por BAUMHART (2000), os micro e pequenos empresários mais jovens apresentam ligeira a desenvolverem atitudes cidadãs com relação à sociedade e ao meio ambiente.

No campo da ética empresarial, é preciso esclarecer, FERRELL *et al* (2000, p. 97) fazem coro a BAUMHART (2000) no que tange ao desenvolvimento da ética como ferramenta de tomada de decisão ao longo do desenvolvimento do indivíduo e amparam-se no modelo de desenvolvimento cognitivo de Kohlberg. Esse modelo preconiza que “as pessoas tomam diferentes decisões em situações éticas semelhantes, porque se encontram em estágios diferentes do desenvolvimento cognitivo moral”, que “podem ser reduzidos a três níveis diferentes de preocupação ética. Inicialmente o indivíduo preocupa-se com seus interesses imediatos e com recompensas e castigos externos. No segundo, define o *certo* como uma conformação às expectativas de bom comportamento de parte da sociedade mais ampla ou de algum grupo de referência importante. Finalmente, no terceiro nível, ou nível dos ‘princípios’, ele estende a vista para além de normas, leis ou autoridade de grupos ou pessoas”

Ao se comparar a escolaridade dos empresários cidadão com a dos empresários comum, percebe-se um indício de que o tempo de estudo pode influenciar o empresário de micro e pequeno porte na decisão de adotar práticas de responsabilidade socioambiental. O Gráfico 5.9 ilustra essa diferença entre os empresários que aplicam pelo menos uma das diretrizes SEBRAE/ETHOS e os que não aplicam.

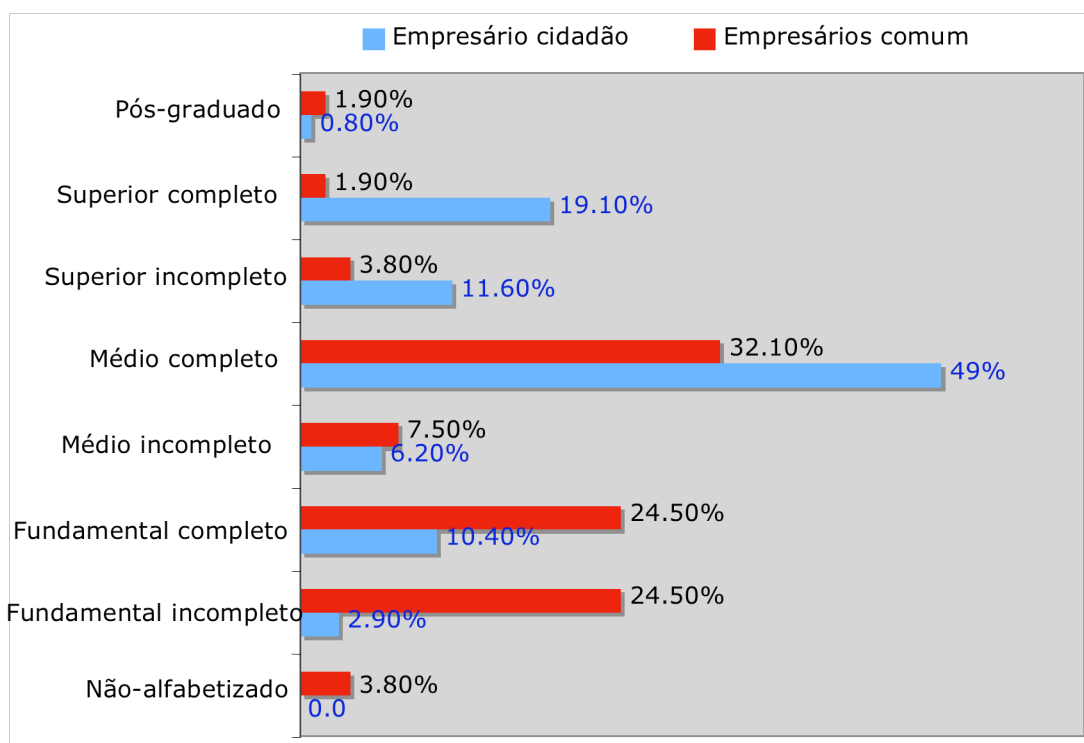


Gráfico 5.9 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por escolaridade

A primeira diferença que se nota entre empresários comuns e empresários cidadãos é que, nestes, não há analfabetos. Há oito vezes mais empresários comuns com fundamental incompleto do que empresários cidadãos e duas vezes mais com fundamental completo. Pouca diferença se percebe entre os que cursaram até o médio incompleto, ao que diferem em apenas 1,3%. A categoria seguinte mostra que 49% dos empresários cidadãos concluíram o ensino médio, quase 17% a mais que os empresários comuns e desta categoria em diante os empresários cidadãos tomam a dianteira do tempo de estudo, à exceção da categoria Pós-graduação. A maior disparidade encontra-se na categoria Superior completo, na qual há dez vezes mais empresários que praticam a responsabilidade socioambiental do que os que não praticam.

A renda dos empresários cidadãos não mostrou diferença notável com relação ao restante da amostra, ao que a maior diferença percentual foi de 1,8% em qualquer das faixas de renda. O Gráfico 5.10 mostra que repete-se no grupo dos empresários cidadãos a tendência, com ligeiro aumento de 1,6%, de não informar a renda.

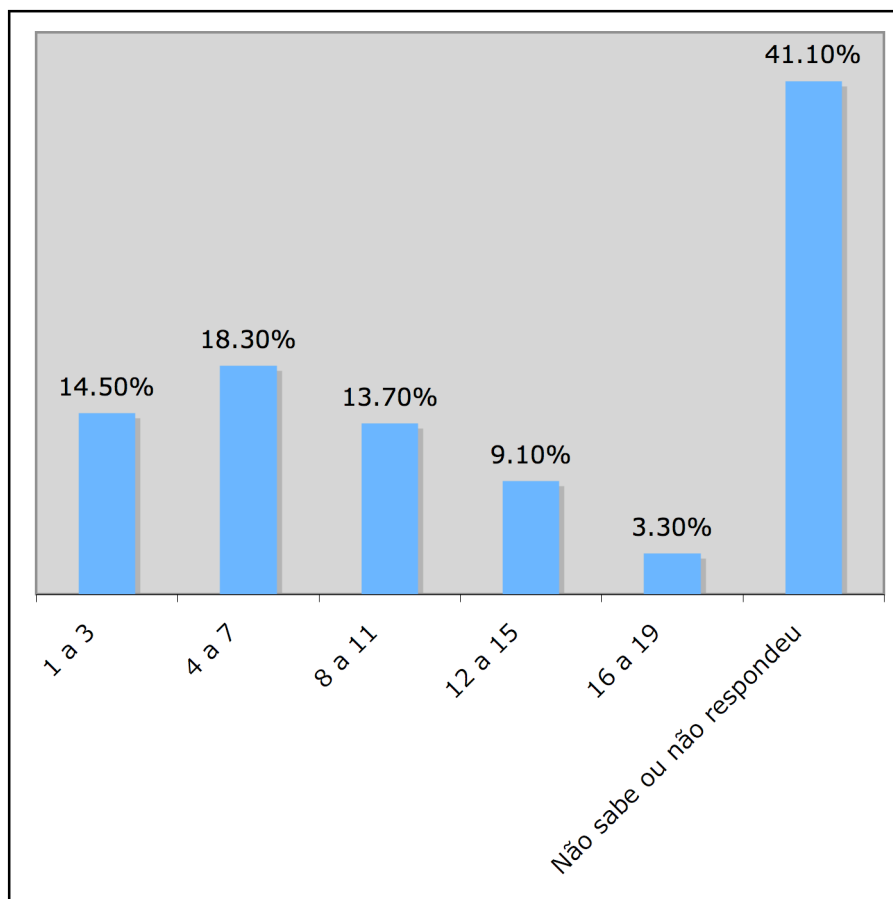


Gráfico 5.10 – Distribuição dos empresários cidadãos do DF por renda em salários mínimos

5.3 - Os problemas da gestão socioambientalmente responsável

O Gráfico 5.11 arrola os problemas enfrentados pelos micro e pequenos empresários do DF ao conduzirem seus negócios com a aplicação de uma ou mais de uma das diretrizes SEBRAE/ETHOS.

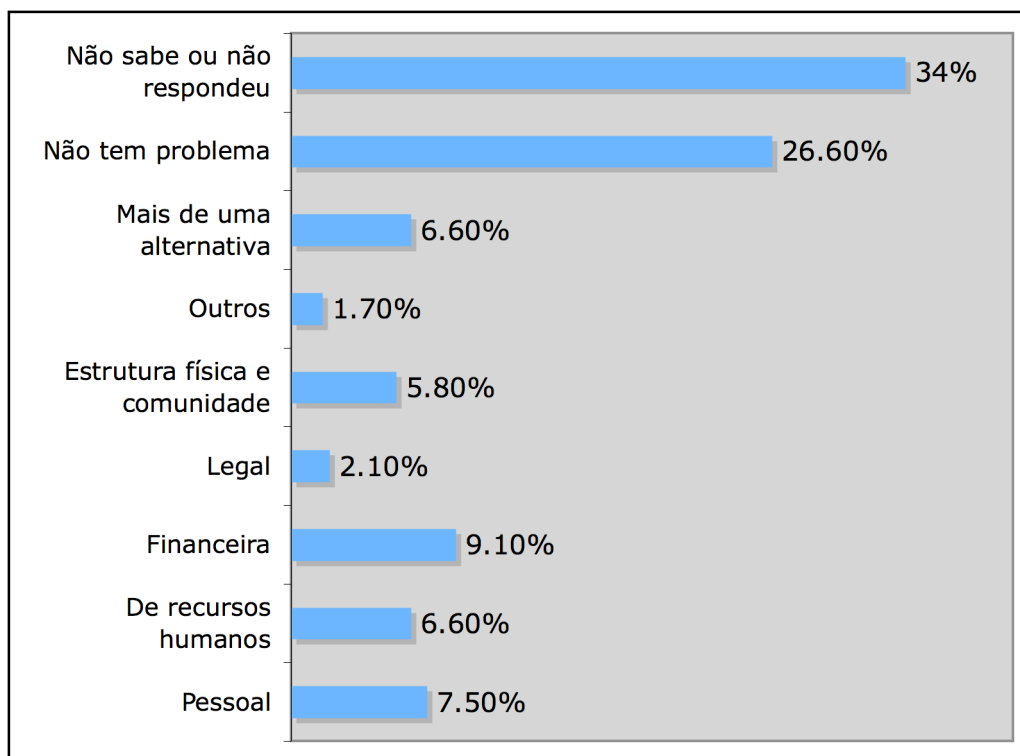


Gráfico 5.11 – Problemas enfrentados pelos micro e pequenos empresários para aplicar as diretrizes de RSE

Mais de 30% dos empresários não souberam dizer se aplicar a responsabilidade socioambiental lhes trazia algum tipo de problema. Mais de um quarto dos empresários afirmaram não ter qualquer dificuldade em levar a cabo a ação ou gestão que os qualificou como cidadãos. Em terceiro lugar aparece, com 9%, de incidência a dificuldade financeira. Ficou claro em algumas situações que os empresários demonstraram relutância ou insegurança ao falar sobre seus problemas, ao que responderam não saber se tinham problemas ou afirmando não tê-los, aparentemente, para dizer aquilo que julgou ser a resposta que o pesquisador queria colher. BAUER (2003, p. 21) chama a atenção para esse tipo de situação, em que “...os entrevistados dizem o que pensam que o entrevistador gostaria de ouvir.”

5.4 - As razões dos empresários cidadãos para a adoção de uma gestão socioambientalmente responsável

Diz-se que uma empresa age com responsabilidade socioambiental quando além de cumprir as prescrições legais ela adota uma gestão responsável e, por vezes, construtiva, perante todos o seu público de relacionamento²³. Se é possível dizer que a popularização da economia política criou novas representações mentais sobre o capitalismo e quase-mitos no ocidente é bastante justo que consideremos o pensamento de Adam Smith – e as corruptelas de seus vulgarizadores – como uma fonte segura a respeito do comportamento das empresas. Ora, a frase mais popular de A Riqueza das Nações talvez seja “Não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro ou do padeiro que devemos esperar nosso jantar, mas de sua atenção para com seus próprios interesses.” (LUX, 1990. p. 29). Segundo essa lógica seria correto afirmar que às empresas não interessa fazer nada por outrem além do que as leis obrigam. Todavia, observa-se que muitas empresas assumem uma postura diferente, ao investir tempo e recursos em práticas não vinculadas ao lucro²⁴.

Se Smith for considerado professor ou guru ocidental no que tange à ciência de fazer progredir, deve-se cuidar para que a miopia não malogre o bom aprendizado. O mesmo Adam Smith que falou sobre o interesse pessoal do padeiro e do cervejeiro é o que afirmou “... que sentir muito pelos outros e pouco por nós mesmos, restringir o egoísmo e dar livre curso a nossas afeições benevolentes, constitui a perfeição da natureza humana; e pode, por si só, produzir entre a espécie humana a harmonia de sentimentos e paixões que constituem sua inteira graça e qualidade.” (*apud* LUX, 1990, p. 26)

Investigar as razões que levam empresários a agir de maneira tão dissonante do esperado é um imperativo se pretende-se conhecer a dinâmica da RSAE. Evidentemente dadas as implicações éticas e morais do assunto pôde-se deduzir que as respostas poderiam ser moduladas por diversos filtros pessoais de cada empresário.

Percebeu-se que quase um quarto dos empresários cidadãos aplica a RSAE porque crê ser a maneira correta de conduzir suas empresas. É importante

²³ *Stakeholders* para valerem-nos de um termo em voga.

²⁴ Salvo nos casos mencionados na introdução, de empresas que tentam forjar uma imagem que não corresponde aos atos praticados.

ressaltar que na categoria “Mais de uma alternativa” da Tabela 5.4.1 há mais empresários que aplicam a RSAE guiados por suas éticas pessoais. Por limitação de tempo não se separou essa categoria. Menos de dez empresários responderam que aplicam a RSAE em suas empresas porque esperam um retorno financeiro direto, assim, julgou-se pertinente mantê-los na categoria outros. Percebe-se, novamente, a grande incidência – 20% – de respostas “Não sabe/não respondeu”.

Tabela 5.2 – As razões dos micro e pequenos empresários do DF para aplicar as diretrizes de RSAE

	Porcentagem
Ética Pessoal	23,2
Exemplo na Família	2,9
Melhora a imagem da empresa	6,6
Melhora a relação com a comunidade	2,5
Melhora a relação com os funcionários	6,6
Melhora a relação com os clientes	2,1
Considerações religiosas	1,7
Cumprir papel humanitário, social ou ambiental	7,1
Outros	11,2
Mais de uma alternativa	16,2
Não sabe ou não respondeu	19,9
Total	100

Ao pesquisar sobre “por que agem eticamente os homens de negócios” concluiu a partir de 807 pesquisados que a maior influência provém da “sua própria [do homem de negocio que atua eticamente] capacidade para resistir às pressões e tentações BAUMHART (1971, p. 84), ao que o autor chamou de “o código de comportamento pessoal de um homem” e que neste trabalho chama-se, ética pessoal²⁵. Esse autor sugere que as respostas que colocam “o código de comportamento pessoal” como motivo para agir com ética podem ter sido ensejadas

²⁵ Importante reforçar que objeto, população e boa parte do método desta pesquisa diferem do trabalho de BAUMHART, de sorte que a comparação que ora se faz serve para ilustrar que esta pesquisa não é a primeira a encontrar a “ética pessoal” como fator que, aparentemente, influencia a tomada de decisão nas empresas.

por uma inclinação humana de auto-promoção. Quando não agem com ética, tendem a colocar a culpa em outrem.

5.5 - Distribuição dos empresários cidadãos do DF com o uso da Técnica de Componentes Principais

Ao aplicar-se a Técnica de Componentes Principais no grupo dos empresários cidadãos obteve-se três componentes que respondem, respectivamente, por 30,7% da variância, 15,6% da variância e 13% da variância, que totalizam 59.3% da variância total da amostra. Cada uma das três componentes geradas agrupa os empresários por preferência na aplicação das sete diretrizes SEBRAE/ETHOS. O Quadro 5.2 mostra quais diretrizes são as mais influentes entre si e entre os componentes.

Quadro 5.2 – Distribuição da aplicação das diretrizes SEBRAE/ETHOS em componentes principais

Componente 1 Engajamento socioambiental	Diretrizes: 6 ^a . Promova sua comunidade; 7 ^a . Comprometa-se com o bem-comum e 3 ^a . Faça sempre mais pelo meio ambiente.
Componente 2 Cidadania institucional	Diretrizes: 1 ^a . Adote valores e trabalhe com transparência; 2 ^a . Valorize empregados e colaboradores 5 ^a . Proteja clientes e consumidores.
Componente 3 Disseminação da responsabilidade empresarial	Diretrizes: 4 ^a . Envolver parceiros e fornecedores e 5 ^a . Proteja clientes e consumidores ²⁶ .

A Componente 1 denominada Engajamento Socioambiental concentra os empresários comprometidos com a promoção comunitária, ou seja, os que preocupam-se com o “respeito aos costumes e à cultura local, contribuição em

²⁶ A quinta diretriz tem um amplo conceito de proteção ao consumidor, de sorte que foram necessárias duas perguntas para interpreta-la no *survey*. No componente três estão concentrados os empresários que valorizam a segunda dimensão da diretriz, a que se refere ao controle da publicidade.

projetos educacionais, em ONGs ou organizações comunitárias, destinação de verbas a instituições sociais e a divulgação de princípios que aproximam seu empreendimento das pessoas ao redor” (*apud* SEBRAE/ETHOS, 2003, p. 37). Ainda na Componente 1 está a maioria dos empresários comprometidos com a promoção do bem-comum. O SEBRAE/ETHOS considera que para promover o bem-comum a empresa deve desenvolver um relacionamento ético com poder público, ao cumprir suas obrigações legais, além de combater a corrupção, marcar presença em fóruns locais e integrar-se aos movimentos sociais. Este trabalho considera que a empresa socialmente responsável cumpre as prescrições da lei, de sorte que a avaliação da diretriz relacionada ao bem-comum concentrou-se na dimensão da participação da empresa ou do empresário no combate à corrupção e nas decisões locais, além da mobilização da comunidade em busca da atuação mais diligente do governo em prol do bairro em que a empresa está instalada. A maior parte dos empresários preocupados com o meio ambiente também concentram-se na Componente Engajamento Socioambiental. A maioria dos empresários engajados com o meio ambiente saudável concentra seus esforços na coleta seletiva do lixo e no descarte seguro de produtos perigosos. Observou-se que muitos empresários gostariam de fazer mais pelo meio ambiente mas declararam não saber como fazê-lo. Ficou claro também que muitos pesquisados confundem proteção do meio ambiente com cuidados de higiene, tais como “varrer a loja” ou “colocar o lixo para fora da loja”. Essas respostas foram recorrentes e indicam que há uma representação comum de que o meio ambiente saudável é um que seja asséptico.

A segunda componente, Cidadania Institucional, congrega os empresários que incorporam valores ou uma missão ao seu negócio e que adotam a transparência em suas atividades, além de valorizar empregados e o consumidor. Essa componente concentra os empresários que . Boa parte das micro e pequenas empresas do DF são empreendimentos familiares, o que pode explicar a grande incidência de empresários que gerem seus negócios com base nos valores comuns às suas famílias às comunidades religiosas das quais fazem parte. A publicação SEBRAE/ETHOS recomenda que os valores ou a missão da empresa sejam claramente explicados a funcionários e cliente, de preferência que sejam escritos em local visível na empresa. A maior parte dos entrevistados que aplica a diretriz 1 não possuía nada escrito, entretanto desenvolvem o hábito de, com alguma frequência, discutir os valores ou missão da empresa com funcionários e clientes. Encontrou-se, inclusive, empresas

que realizam reuniões internas periódicas com agenda clara. Um dos empresários pesquisados chegou a elaborar um “estatuto da empresa”.

Nessa mesma componente há grande densidade de empresários que buscam estabelecer uma relação respeitosa com funcionários, ao oferecer benefícios que a lei trabalhista não prescreve e ao criar dentro da empresa um espaço de participação do funcionário que vai além da relação empregado/empregador. Alguns dos pesquisados relataram que promovem cursos de aperfeiçoamento para os empregados e que estes são encorajados a participar das decisões da empresa. A maior parte dos relatos, todavia, concentrou-se nas ações de assistência; provisão de refeições e de ajuda financeira informal.

A componente Disseminação da Responsabilidade Empresarial destaca a atitude do micro e pequeno empresário com relação à responsabilidade além dos limites de sua empresa. Esse é o mote da quarta diretriz SEBRAE/ETHOS, que exorta o empresário a manter-se informado sobre a idoneidade e compromisso socioambiental de seus parceiros e fornecedores e a promover um diálogo de incentivo à adoção dos mesmos padrões de responsabilidade socioambiental nas empresas parceiras e fornecedoras. A justificativa mais comum para a pergunta relacionada à diretriz quatro foi que a empresa só compra de grandes fornecedores e que por isso não haveria a necessidade de se preocupar com o respeito às leis ambientais ou trabalhistas por parte desses fornecedores ou parceiros, o que, em verdade, não condiz com a realidade, pois sabe-se que o tamanho de uma empresa não serve de medida de sua responsabilidade perante a sociedade ou ao meio ambiente. Essas justificativas foram retidas no filtro utilizado para redução de viés (p. 35). Alguns empresários justificaram suas respostas argumentando que não compram de fornecedores sem CNPJ, pois esta é uma maneira de assegurar que a empresa é formal e que destarte paga impostos e encargos trabalhistas. Pode acontecer que mesmo uma empresa formal não cumpra suas obrigações legais, todavia fica clara a intenção do empresário de ter algum controle sobre a postura de seus fornecedores e parceiros. Na terceira componente aparece novamente a diretriz número cinco, sobre proteção dos interesses do consumidor, em especial no que concerne à veracidade e controle da publicidade que a empresa faz. Nesse sentido, os micro e pequenos empresários pesquisados concentram seus esforços na fidedignidade de seus produtos publicitários, ao que a maioria afirmou ter cuidados especiais para jamais proceder à propaganda enganosa.

Entre as componentes principais há pouca variação dos dados socioculturais dos sujeitos. Nota-se, entretanto, uma leve diferença na escolaridade. O Gráfico 5.12 mostra que os empresários da componente *Engajamento Socioambiental* tendem a concentrar-se nas faixas de maior escolaridade, à exceção da faixa *superior completo*.

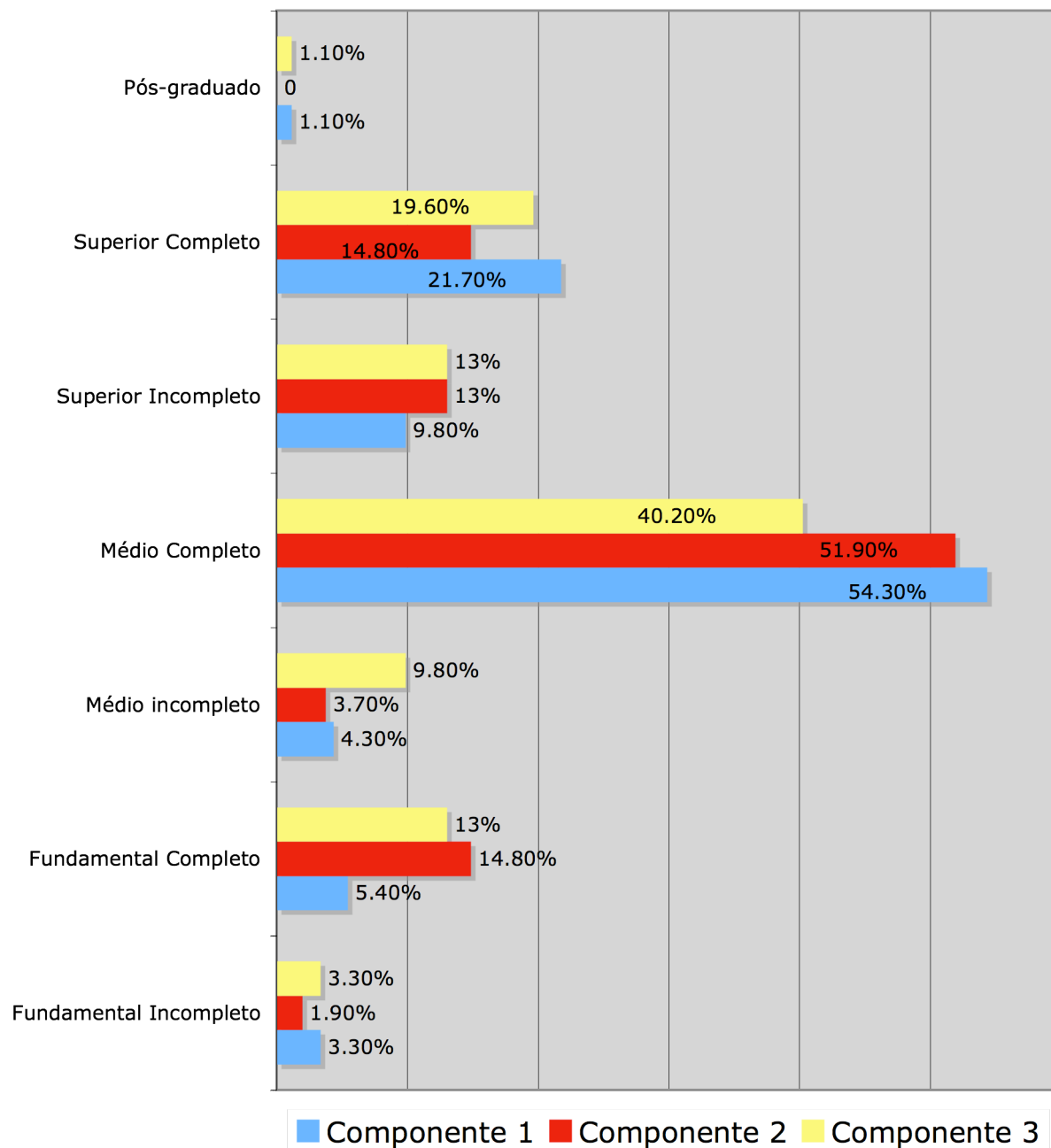


Gráfico 5.12 – Distribuição da escolaridade dos micro e pequenos empresários cidadãos do DF segundo as componentes principais

5.6 – Caracterização socioeconômica dos empresários do componente Engajamento Socioambiental

Mantém-se nesta componente uma distribuição assaz homogênea entre homens e mulheres micro e pequenos empresários, Gráfico 5.13, o que repete o padrão observado na sub-amostra de empresários cidadãos.

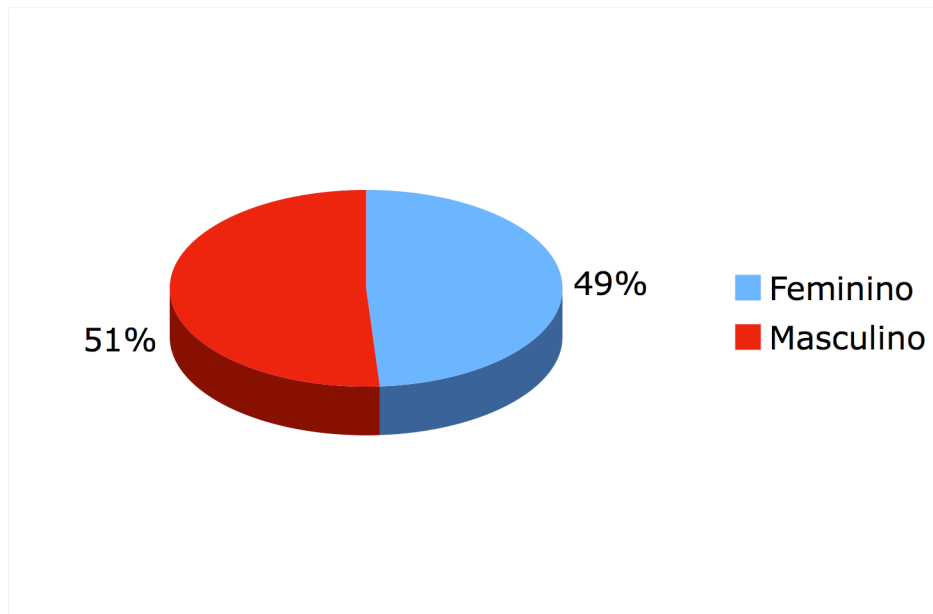


Gráfico 5.13 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por gênero

A componente Engajamento Socioambiental concentra os empresários cidadãos mais jovens. Nessa componente 70% dos empresários tem menos de 49 anos. Esse fato pode ser resultante da ampla difusão das temáticas ambiental e social na mídia. As pessoas atualmente na faixa dos 49 anos eram adolescentes ou pré-adolescente na década de 1970, em que a temática ambiental começou a ganhar espaço na mídia, seguida pelo desdobramento das questões sociais. O fato de muitos pesquisados associarem “limpeza” e “poluição” com a temática ambiental reforça essa idéia.

O Gráfico 5.14 mostra a distribuição dos empresários cidadãos do DF, na componente 1, segundo a faixa etária.

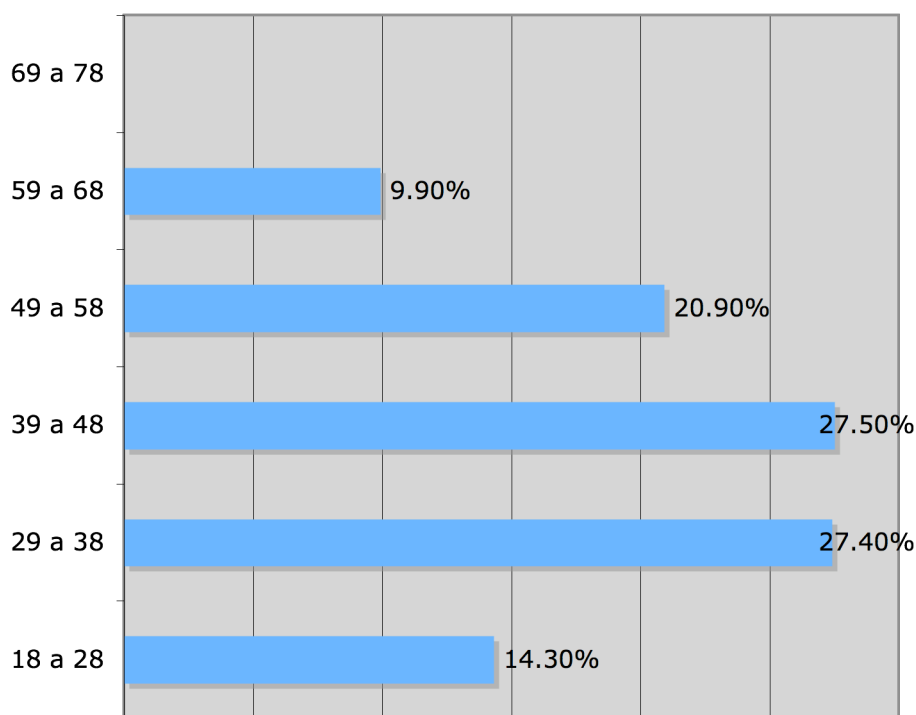


Gráfico 5.14 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por faixa etária

Com mais de 21% de empresários possuidores de pelo menos superior completo (Tabela 5.3), a componente 1 é a que mais concentra pesquisados nesta faixa de escolaridade, seguida pela componente 3 com 19,6% (Tabela 5.7) e pela componente 2 com 14.8% (Tabela 5.5).

Tabela 5.3 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por escolaridade

	Porcentagem
Fundamental Incompleto	3,3
Fundamental Completo	5,4
Médio incompleto	4,3
Médio Completo	54,3
Superior Incompleto	9,8
Superior Completo	21,7
Pós-graduado	1,1
Total	100

Entre as componentes há pouca variação de renda, embora observe-se que na componente 1 a renda dos micro e pequenos empresários cidadãos é maior que a dos empresários das componentes 2 e 3. A Tabela 5.4 mostra a distribuição da renda em salários mínimos dos empresários da componente 1.

Tabela 5.4 – Distribuição do componente Engajamento Socioambiental por renda em salários mínimos

	Porcentagem
1 a 3	15,2
4 a 7	25
8 a 11	16,3
12 a 15	13
16 a 19	4,3
Não sabe ou não respondeu	26,1
Total	100

5.7 - Caracterização socioeconômica dos empresários do componente Cidadania Institucional

Nesta componente a diferença entre micro e pequenos empresários cidadãos com relação ao gênero pende com maior vigor para o sexo masculino, como se vê no Gráfico 5.15. Essa diferença, entretanto não destoa do observado nas demais componentes.

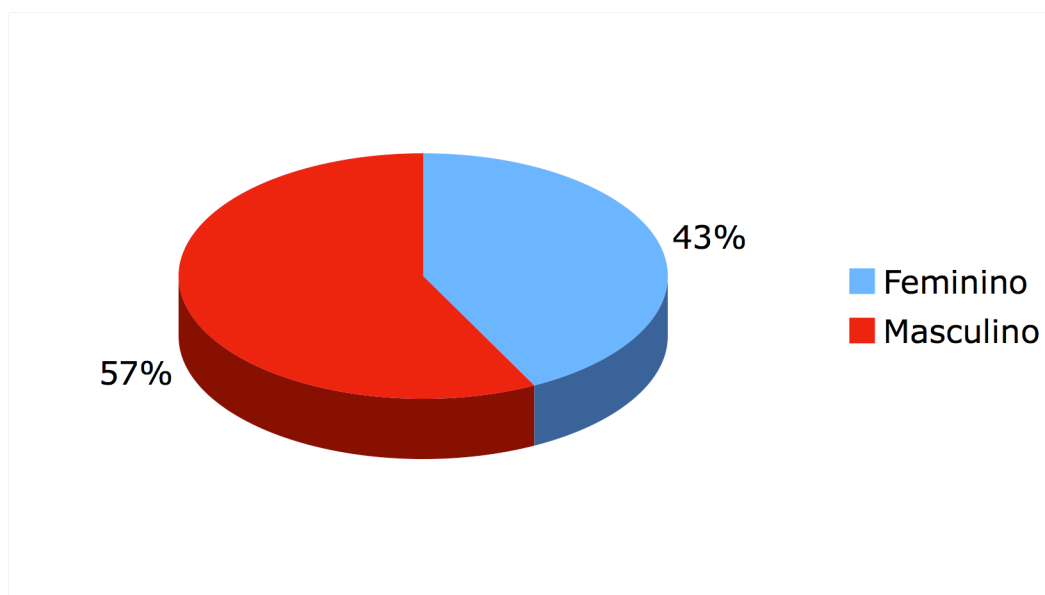


Gráfico 5.15 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por gênero

O Gráfico 5.16 aponta que mais de 66% dos empresários da componente Cidadania Institucional possuem menos de 49 anos e é nesta componente que está a maior parte dos empresários cidadãos na faixa etária dos 18 aos 28 anos.

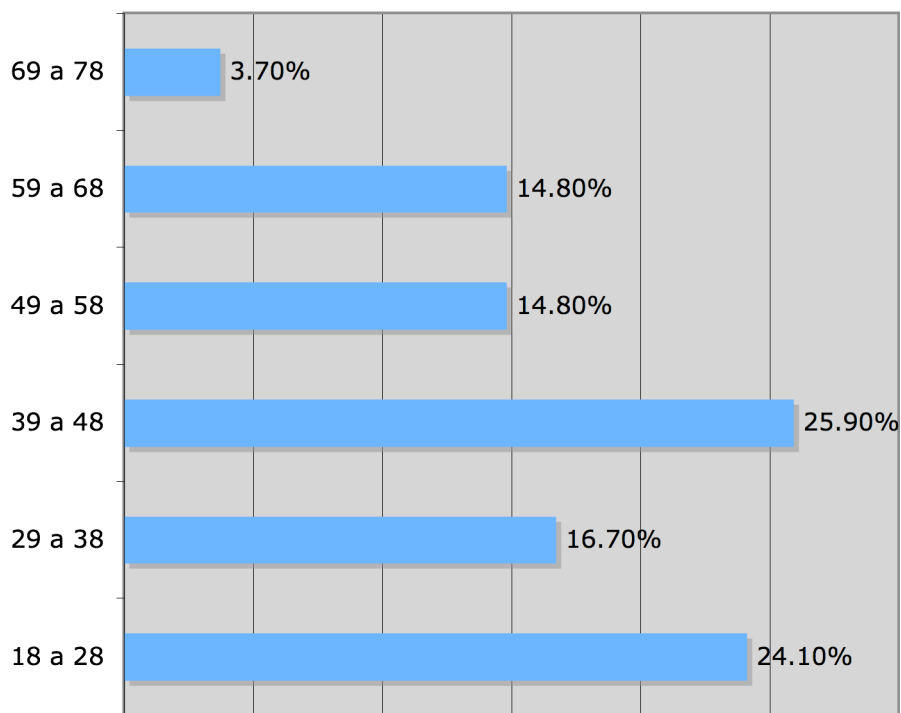


Gráfico 5.16 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por faixa etária

Tabela 5.5 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por escolaridade

	Porcentagem
Fundamental Incompleto	1,9
Fundamental Completo	14,8
Médio incompleto	3,7
Médio Completo	51,9
Superior Incompleto	13
Superior Completo	14,8
Total	100

Tabela 5.6 – Distribuição do componente Cidadania Institucional por renda em salários mínimos

	Porcentagem
1 a 3	20,4
4 a 7	13
8 a 11	13
12 a 15	1,9
16 a 19	3,7
Não sabe ou não respondeu	48,1
Total	100

5.8 - Caracterização socioeconômica dos empresários do componente Disseminação da Responsabilidade Social

Novamente a distribuição de micro e pequenos empresários cidadãos por gênero tende à homogeneidade como se percebe no Gráfico 5.17.

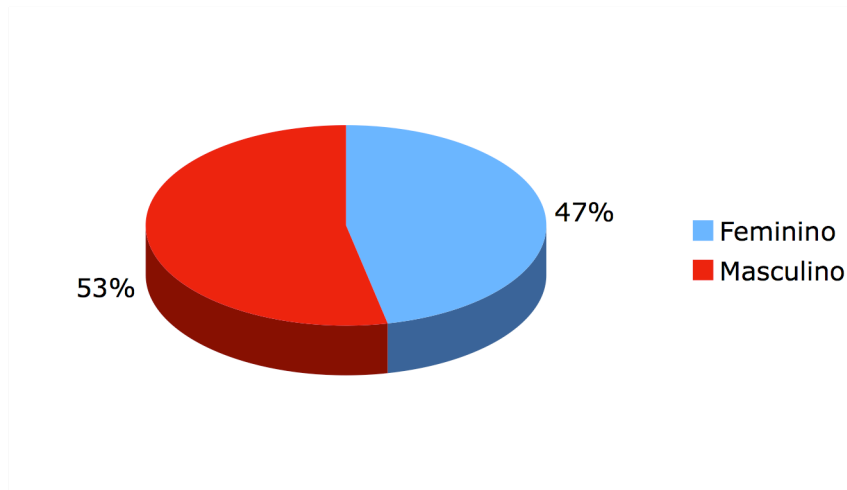


Gráfico 5.17 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por gênero

O Gráfico 5.18 registra um salto na quantidade de empresários na faixa dos 49 a 58 anos, entretanto a maior parte, 53,8%, concentra-se abaixo dos 49.

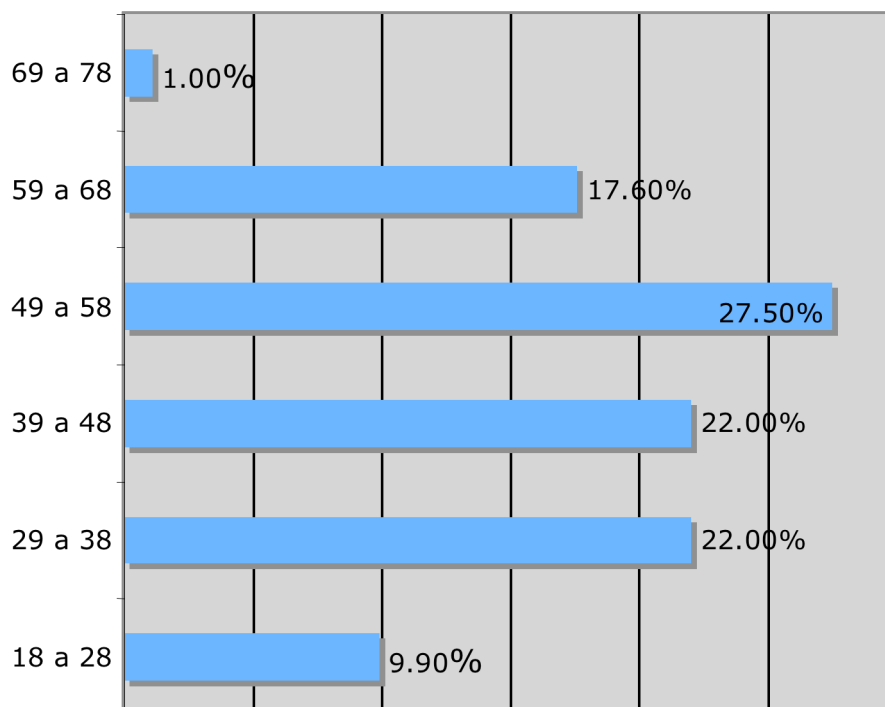


Gráfico 5.18 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por faixa etária

Destaca-se na componente 3 que há duas vezes meia empresários possuidores de ensino médio incompleto e algo em torno de 11% a menos de empresários com ensino médio completo com relação às demais componentes.

Tabela 5.7 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por escolaridade

	Porcentagem
Fundamental Incompleto	3,3
Fundamental Completo	13
Médio incompleto	9,8
Médio Completo	40,2
Superior Incompleto	13
Superior Completo	19,6
Pós-graduado	1,1
Total	100

Os empresários da componente Disseminação da Responsabilidade Social foram os que mais omitiram ou não souberam precisar a renda. Em média, não destoam dos empresários das demais componentes, exceto pelas faixas 12 a 15 e 1 a 3 salários mínimos, ao que nesta diferem, para menos, em 9,5% da componente dois e naquela, para mais, em 8%.

Tabela 5.8 – Distribuição do componente Disseminação da Responsabilidade Social por renda em salários mínimos

	Porcentagem
1 a 3	10,9
4 a 7	14,1
8 a 11	12
12 a 15	9,8
16 a 19	2,2
Não sabe ou não respondeu	51,1
Total	100

6 – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

As características socioeconômicas dos empresários cidadãos e empresários comuns foram arroladas, o que permitiu fazer comparações entre os dois grupos. A aplicação dos questionários permitiu distinguir dos empresários comuns, com alguma precisão, os micro e pequenos empresários do Distrito Federal que, segundo os critérios do SEBRAE e do Instituto ETHOS, aplicam em suas empresas a responsabilidade socioambiental. Essa comparação fez surgir um retrato da dinâmica da atuação social e ambiental das micro e pequenas empresas do DF.

O artigo 37 da Constituição Federal (Brasil, 2003, p. 48) estabelece, ao mesmo tempo em que vincula a administração pública aos termos da Carta Magna, o princípio da eficiência. Esse princípio funda o imperativo da boa administração dos recursos públicos ao serem alocados para remediar uma demanda social. Se considerarmos a premência de um desenvolvimento, que seja sustentável, como uma demanda social – que compreende em seus desdobramentos as, indelévels, dimensões ambiental e econômica – conclui-se que o poder público não poderia furtar-se ao uso mais eficiente dos recursos que administra. Destarte, como visto anteriormente na Figura 4.1, o estudo de um problema é etapa da qual não se pode prescindir para a elaboração de qualquer política pública. A contribuição deste trabalho para as políticas públicas que tencionem promover o desenvolvimento sustentável por meio da responsabilidade socioambiental empresarial reside, em especial, nos dados levantados sobre as características socioeconômicas dos micro e pequenos empresários do DF que adotam essa prática. De posse desses dados a elaboração de políticas adquire um formato mais preciso e, quiçá, mais eficiente. Vejamos, pois, que características destacaram-se na análise da amostra.

Consideradas as expectativas resultantes da representação mental que se tem dos empresários, surge como inesperada a porcentagem de empresários cidadãos – praticantes da responsabilidade socioambiental –, que corresponde a 82% da amostra (Gráfico 5.1). A noção de que os empresários não estariam comprometidos com questões sociais e ambiental não é injustificada. A atuação das empresas no mundo todo tem sido, em muitos casos, deletéria para o meio ambiente e causadora de externalidades sociais negativas. O registro dos impactos ambientais e

sociais é onipresente nos meios de comunicação. Isso aliado aos ditames clássicos da ciência econômica, tais como os preconizados por Adam Smith, Keynes e Milton Friedman, para citar alguns, constitui eficaz reforço a uma representação quase maniqueísta das empresas. Todavia, se for levado em consideração que uma empresa de micro ou pequeno porte difere das demais em vários aspectos, o dado produzido neste trabalho talvez possa ser apreciado sob outra ótica. Cumpre ressaltar que a dinâmica da economia de pequena escala difere da observada nas grandes corporações; nestas, os acionistas dificilmente conhecem as condições de trabalho nas instalações e de obtenção dos insumos à produção de suas indústrias, tampouco de descarte dos resíduos produzidos, naquela o dono da empresa muitas vezes é empregador e empregado, em ocasiões emprega familiares, por vezes vive no bairro onde a empresa está instalada, compra pessoalmente os insumos e realiza ou participa do descarte. Estar tão próximo do empreendimento coloca o micro e pequeno empresário em contato direto com as condições ambientais e sociais dos arredores. Não empreende-se aqui, um exercício de exaltação de um ou de condenação de outro, apenas constata-se o que foi observado e documentado.

O fato de haver muitas mulheres no comando de micro e pequenas empresas no DF ratifica a importância da economia de pequena escala, como um espaço em que a não-discriminação de gênero ultrapassa os limites da formalidade. Essa característica foi observada como uma tendência na amostra como um todo, e que acentua-se quando tomada por referência apenas a parcela de empresários cidadãos. Nesse grupo a distribuição entre homens e mulheres que comandam as micro e pequenas empresas beira a distribuição equânime. A comparação entre os Gráficos 5.6 e 5.7 demonstra essa inferência.

A variável escolaridade destaca-se pela diferença observada entre empresários comuns e empresários cidadãos, ao que o *ensino médio completo* concentra a maior parte dos pesquisados, em que pese a diferença de 17% em favor dos segundos. Enquanto no campo *médio incompleto* os dois grupos distribuem-se homogeneamente, nas categorias abaixo e acima desta, inverte-se a predominância de um grupo sobre o outro. Nas categorias *fundamental completo* e *fundamental incompleto* os empresários comuns superam os empresários cidadãos em 14% e 21%, respectivamente. Não foram encontrados empresários cidadãos na categoria *não-*

alfabetizado. Há aproximadamente 8% mais empresários cidadãos do que comuns na categoria *superior incompleto* e há dez vezes mais empresários cidadãos que completaram o nível superior do que os empresários comuns. Surge como exceção a categoria *pós-graduado*, na qual há 1% mais empresários comuns.

O padrão encontrado na distribuição dos empresários de micro e pequeno porte com relação à escolaridade pode ser atribuída a duas causas, que não se excluem: 1. O empresário com mais anos de estudo talvez perceba a necessidade de uma “política de boa-vizinhança” e é mais eficiente em implementá-la ou em induzir o pesquisador a pensar que a implementa; e ou 2. Mais anos de estudo ajudam a formar um cidadão mais consciente e preparado para garantir sua subsistência sem deixar de lado seu compromisso com a alteridade. Para se fazer essa distinção, ou até mesmo encontrar novas possibilidades é necessária uma abordagem mais qualitativa do tema.

No tocante à idade não foram constatadas grandes diferenças entre os dois grupos, ou seja, aparentemente a idade dos empresários não influencia a decisão de adotar ou não uma gestão socialmente responsável.

Com relação à renda, ambos os grupos tenderam a omitir a informação, não obstante a garantia de sigilo das informações. O grupo dos empresários cidadãos foi ligeiramente mais esquivo para fornecer esse dado, ao que 7% a mais que os empresários comuns não souberam ou não responder a essa pergunta. Registrou-se 10% a mais de empresários comuns nas categorias *1 a 3 e 4 a 7 salários mínimos* do que empresários cidadãos, praticamente nenhuma diferença no campo *8 a 11 e 16 a 19 salários mínimos* e 9% de empresários cidadãos que perceber de *12 a 15 salários mínimos*, em comparação com zero empresários comuns.

Tal como a idade, a renda parece não influenciar a responsabilidade socioambiental.

A maior parte dos empresários cidadãos declarou não enfrentar qualquer problema para aplicar as diretrizes SEBRAE/ETHOS. Pode ser que realmente não haja problemas e que a responsabilidade socioambiental seja aplicada sem maiores dificuldades. Entretanto, em muitas ocasiões pareceu que esse tipo de

resposta foi formulada a partir de uma racionalização em que pesam os aspectos positivos de praticar boas ações. Essa inferência é reforçada pelo número de pesquisados que não soube responder à pergunta, como se vê na Tabela 5.3. Em seguida os problemas que mais pesam sobre a gestão responsável são os de ordem financeira, apontados por 9% dos pesquisados e problemas pessoais 7,5%.

Guardadas as diferenças metodológicas e de objetivos, encontrou-se um dado similar ao de BAUMHART (1971) no que diz respeito às razões dos empresários para praticar a responsabilidade socioambiental²⁷. A Tabela 5.4 mostra que 23% dos pesquisados aplicam pelo menos uma das sete diretrizes SEBRAE/ETHOS motivados por *ética pessoal*. Essa categoria foi utilizada para registrar as respostas que indicavam que o empresário assume uma postura cidadã por crer ou professar que essa postura é a correta.

A técnica de componente principais, foi uma ferramenta auxiliar que agrupou os empresários cidadãos segundo a aplicação das diretrizes SEBRAE/ETHOS. Esses grupos, denominados componentes principais representam de maneira concisa a variação dos dados dentro da amostra, de sorte que se crie uma hierarquia de representatividade das variáveis.

O uso da técnica de componentes principais pode auxiliar na elaboração de políticas públicas consistentes ao reduzir o número de variáveis às mais representativas da amostra.

Foram geradas três componentes principais que respondem, respectivamente, por 30,7%, 15,6% e 13% da variância da amostra. As componentes Engajamento Socioambiental, Cidadania institucional e Disseminação da Responsabilidade Empresarial, registradas no Quadro 5.5 agrupam de maneira hierarquizada, as diretrizes SEBRAE/ETHOS segundo a incidência de sua aplicação entre os micro e pequenos empresários do DF.

²⁷ Importante ressaltar que durante a aplicação dos questionários não se fez menção ao termo responsabilidade social ou socioambiental. A pesquisa, informou-se, era sobre “como as micro e pequenas empresas se relacionam com os empregados, com a comunidade e com o meio ambiente.

A primeira componente gerada não deixa dúvidas que há alto grau de correlação entre as diretrizes SEBRAE/ETHOS 3, 6 e 7, de sorte que a responsabilidade socioambiental de micro e pequenos empresários do DF concentra-se no bom relacionamento com a comunidade, com a promoção do bem-estar coletivo e com a salubridade ambiental.

Muitos empresários foram qualificados como cidadãos por aplicarem a diretriz número 3, relacionada ao meio ambiente. Entretanto, a prática mais comum nesse ponto é a facilitação da coleta seletiva do lixo. Aqui destacam-se dois importantes aspectos: 1. Muitos empresários afirmaram que não separam o lixo porque a coleta é feita de maneira indiscriminada; e 2. Há grande potencial de ação ambientalmente amigável por parte das micro e pequenas empresas, mas por falta de orientação o lixo acaba sendo o foco da ação.

A componente Cidadania Institucional agrupa as diretrizes 1 e 2 e mostra que os empresários que adotam valores e políticas de transparência tendem a valorizar os empregados.

Os empresários da componente 3, preocupados com a disseminação da responsabilidade empresarial tendem a monitorar o comportamento de seus parceiros e fornecedores, no sentido de evitar laços comerciais com terceiros envolvidos em abusos ambientais ou trabalhistas. Esses empresários mostram-se igualmente preocupados com a proteção de clientes e consumidores.

Conhecer de que maneira um aspecto da responsabilidade socioambiental influencia outros e qual o perfil socioeconômico do empresário que tende a concentrar seus esforços numa ou outra componente, pode conferir eficiência à alocação de recursos públicos para a disseminação desse aspecto do desenvolvimento sustentável.

Importa mencionar que o questionário utilizado apresentou problemas com relação ao entendimento de algumas perguntas e foi necessário utilizar-se um

filtro para que as afirmativas não justificadas e as que não correspondiam à pergunta feita não provocassem ruído nos dados dos empresários cidadãos.

Os dados do *survey online* não foram utilizados, pois poucos empresários o preencheram.

Não fez parte deste trabalho a mensuração dos efeitos da responsabilidade socioambiental das MPEs, ou seja, não se investigou em que medida os públicos de relacionamento da empresa se beneficiam. Entretanto, cumpre ressaltar que nenhuma empresa é obrigada a implementar qualquer das ações investigadas nessa dissertação. Destarte, nesta pesquisa considera-se social e ambientalmente valiosa a aplicação de qualquer uma das sete diretrizes SEBRAE/ETHOS, pois como foi antedito o paradigma vigente é o capitalismo e não se espera que nesse sistema as empresas façam qualquer movimento que não seja diretamente ligado ao lucro.

Recomendações e agenda de pesquisa:

- Diante da descrença no governo e das reclamações dos empresários contra os impostos, recomenda-se que os esforços de regulação sobre a responsabilidade social no Brasil concentre-se no fomento e não obrigatoriedade da RSAE.
- Recomenda-se que o estudo dos problemas e das razões sejam aprofundados para melhor compreender de que maneira será possível potencializar a disseminação da RSAE nas MPEs e não apenas no DF. Entretanto, recomenda-se uma reformulação do *survey*.
- Em sintonia com o imperativo de popularizar o conhecimento científico (SANTOS, 2003), recomenda-se a criação de um banco de dados das empresas “casos de sucesso” em RSAE, pois elas são exemplos de como se pode fazer muito pela sociedade gastando-se pouco.
- Recomenda-se um estudo mais aprofundado das empresas “casos de sucesso” por meio de abordagem qualitativa, que concentre-se na investigação dos problemas e das razões dos empresários.
- Haja vista a estreita relação entre escolaridade e aplicação da responsabilidade socioambiental nas MPEs, recomenda-se fortemente que o Estado brasileiro priorize a educação.

- Recomenda-se que qualquer esforço legislativo de fomento no DF se concentre nas temáticas de que tratam as diretrizes do SEBRAE/ETHOS agrupadas no primeiro componente.
- Muitos dos empresários pesquisados afirmaram que gostariam de incorporar a responsabilidade socioambiental ou de aplicá-la mais eficientemente, todavia não sabem como. Sugere-se, portanto, que as diretrizes SEBRAE/ETHOS sejam melhor divulgadas, valendo-se do banco de dados das empresas “casos de sucesso”.

7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMHART, Raymond, S. J. **Ética em negócios**. Expressão e Cultura, Rio de Janeiro, 1971.

BAUER, Martin W. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Editora Vozes, Petrópolis, 2003.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Odete Medauar. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. (Coletânea de Legislação de Direito Ambiental e Constituição Federal).

BRASIL. Lei Federal Ordinária 8.666 de 21 de junho de 1993. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. **LEX**: Diário Oficial da União de 22 de junho de 1993.

BRASIL. Lei n. 9841, de 5 de outubro de 1999. Institui o estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte, dispendo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal. **Lex**: www.senado.gov.br. Acesso em: 15 nov 2004. Legislação Federal e marginália.

BRASIL. LOPES, R. L. DE O. Deputado Federal pelo Partido dos Trabalhadores – Minas Gerais. **Projeto de Lei 2304/2003: Altera a Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei de Licitações e Contratos da Administração Pública, estabelecendo a Responsabilidade Social como critério de desempate em licitações públicas**. Disponível em: < http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=138081>. Acessado em 10 de junho de 2004.

BRASIL. NADER, C. F. T. Deputado Federal pelo Partido Liberal – Rio de Janeiro. **Projeto de Lei 2110/2003: Dispõe sobre a demonstração social das empresas e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=135690>. Acessado em 10 de junho de 2004.

BRASIL. PINTO, C. A. R.. Deputado Federal pelo Partido Liberal – Rio de Janeiro. **Projeto de Lei 1305/2003: dispõe sobre a Responsabilidade Social das Sociedades Empresárias e dá outras providências**. Disponível em: http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=121045>. Acessado em 10 de junho de 2004.

BRASIL. ROCHA, P. R. G. DA. Deputado Federal pelo Partido dos Trabalhadores – Pará. **Projeto de Lei 0032/1999: Cria o balcão social para as empresas que menciona e dá outras providências**. Disponível em: < http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=14958>. Acesso em: 10 de junho de 2004.

BUARQUE, Cristovam. **A Cortina de Ouro**. Paz e Terra, São Paulo, 1998.

BUARQUE, Cristovam. **O que é Aparição: O apartheid social no Brasil**. Brasiliense, São Paulo, 1994.

CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação**. Cultrix, São Paulo, 1998.

CASTOR, Belmiro Valverde Jobim. **O Brasil não é para amadores: Estado, governo e burocracia na terra do jeitinho**. Travessa dos Editores, Curitiba, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Makron, São Paulo, 1993.

CONCEIÇÃO, Cláudio R. Gomes. *Revoga-se a Lei de Gérson*. Gazeta Mercantil, p. 1 e A-20. 13.08.2003.

DRUCKER, Peter F. **Post capitalist society**. Harper Business, Nova Iorque, 1994.

FERREL, O. C. *et al.* **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. Reichmann & Affonso, Rio de Janeiro, 2001.

FRIEDMAN, Milton. **The Social Responsibility os Business is to Increase its Profits**. The New york Times Magazine, Nova Iorque, 13 set. 1970.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento econômico**. Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1996.

HUBERMAN, Leo. **História da riqueza do homem**. Zahar, Rio de Janeiro, 1982.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil*. Coordenação de Serviços e Comércio, Rio de Janeiro, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – www.ibge.gov.br. Acesso em: 05 out 2003.

ITACARAMBI, Paulo; GIANNI, Silvano. *A Responsabilidade Social nas Micro e Pequenas Empresas*. São Paulo: Instituto Ethos: www.ethos.org.br. Acesso em: 27 out 2003.

KORNIJEZUK, Fernando B. Sacenco. **Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília**. Universidade de Brasília, FACE, 2004.

LUX, Kenneth. **O Erro de Adam Smith: De como um filósofo moral inventou a economia e pôs fim à moralidade**. Nobel, São Paulo, 1993.

McKIE, James W., *et al.* **Social responsibility and the business predicament**. Washington: The Brookings Institution. 1974.

MOTA, José Aroudo. **Valoração de ativos ambientais como subsídio à tomada de decisão pública**. Universidade de Brasília, Centro de Desenvolvimento Sustentável, 2000.

NETO, Francisco P. M., *et al.* **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: a administração do Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2001.

OBSERVATÓRIO SEBRAE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – *Empresas Brasileiras – Quantas são, Quanto Produzem, Quantos Empregos Geram e Onde se Localizam. Estudo 2003*. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, julho de 2003. Acesso em: 25 out 2003.

O’CONNOR, Martin, (Org.). **Is Capitalism Sustainable?** The Guilford Press, Nova Iorque, 1994.

PELIANO, Anna Maria T. Medeiros (coordenadora). *Bondade ou interesse: Como e porque as empresas atuam na área social*. IPEA, Brasília, 2003.

PERES, Jefferson. *Uma sociedade de mercado?* – artigo publicado na *home page* de Senado Federal. Brasília: www.senado.gov.br. Acesso em: 20 out 2003.

PINSKY, Jaime. PINSKY, Carla B., (Orgs.). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003 .

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento Humano, Trabalho Decente e o Futuro dos Empreendedores de Pequeno Porte no Brasil**. Brasília: Edição Sebrae, 2002.

SAI. SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. *SA8000*. www.sa-intl.org. Acesso em: 7 fev 2006.

SANTOS, Boaventura. **Introdução a uma ciência pós moderna**. Graal, São Paulo, 2003.

SCHUMACHER, E. F. **O Negócio é ser Pequeno: Um estudo que leva em conta as pessoas**. Zahar, Rio de Janeiro, 1983.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS & INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL – *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas: Passo a Passo*. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, São Paulo, 2003.

SOMMER, Barbara, *et al.* **A Practical Guide to Behavioral Research: Tools and techniques**. Oxorfd University Press, Oxford, 1997.

THE CORPORATION. Produção de Mark Achbar e Jennifer Abbott, Ontario: Big Picture Media Corporation e TV ONTARIO. 2004. DVD (145min.), som., color. Com narrativa. Documentário.

ANEXO A

LEIA ATENTAMENTE

Esta é uma pesquisa da Universidade de Brasília (UnB) que visa identificar micro e pequenos empresários do Distrito Federal que conduzem suas empresas segundo princípios de ética e de valorização dos funcionários, do meio ambiente, dos clientes, e da comunidade.

Responda de acordo com o que se pode observar **atualmente** em sua empresa. Os projetos e ações que ainda não foram implementados não devem ser considerados.

As informações prestadas bem como os dados da sua empresa são muito importantes para a realização desta pesquisa que tem o **objetivo** de entender as características e as dificuldades das micro e pequenas empresas. As informações prestadas e os dados da sua empresa serão tratados de maneira absolutamente **sigilosa** e jamais serão divulgados sem o seu consentimento.

O questionário a seguir é composto de oito perguntas, que devem ser respondidas nos campos como nos exemplos abaixo.

Resposta: sim não

Resposta: sim não

Para cada pergunta há um **exemplo** que serve apenas para ilustrar como cada situação pode ser na prática.

Comentários adicionais são obrigatórios apenas quando a resposta for **sim** e devem ser feitos no campo **Comentários**.

1. Valores e transparência

Pergunta: **A sua empresa funciona segundo valores que são do conhecimento de todos os funcionários e que estão disponíveis para que os clientes também conheçam?**

Exemplos: A empresa do Sr. Daniel funciona segundo princípios que valorizam a ética a satisfação do cliente e a melhoria das condições do bairro. Esses princípios estão escritos num quadro onde funcionários e clientes possam ver.

Resposta: sim não

Comentários:

2. Empregados

Pergunta: **Alem de cumprir a legislação trabalhista a sua empresa faz algo a mais pelos empregados?**

Exemplos: Na empresa da Sra. Angela os empregados são estimulados a dar idéias sobre como diminuir os custos. Alem disso a Sra. Ângela faz questão de contratar tanto homens como mulheres, brancos ou de cor e o salário é igual para pessoas que desempenham uma mesma tarefa.

Na empresa do Sr. Tiago, sempre que possível, os empregados fazem cursos de aperfeiçoamento mesmo que seja no horário de trabalho. Além disso o Sr. Tiago dá um bônus para os empregados que mantêm os filhos na escola.

Resposta: sim não

Comentários:

3. Meio ambiente

Pergunta: **A sua empresa ajuda a manter o meio ambiente saudável?**

Exemplos: Na fábrica caseira de sabonetes da Sra. Máira o lixo é separado de maneira a facilitar a coleta seletiva. A Sra. Máira fez um acordo com uma cooperativa de catadores para que eles recolham sem custos a parte do lixo que pode ser reciclada, em troca ela promove todos os anos um curso e artesanato e reciclagem.

O Sr. Rafael promove treinamento para seus funcionários em parceria com uma organização não-governamental que os ensina como reduzir o consumo de água e de energia em sua lanchonete. Além disso o Sr. Rafael utiliza embalagens de papel reciclado para os sanduíches e nunca compra de fornecedores que desrespeitam o meio ambiente.

Resposta: sim não

Comentários:

4. Parceiros e fornecedores

Pergunta: **A sua empresa só compra, contrata ou estabelece parcerias com empresas e fornecedores que respeitam as leis ambientais e trabalhistas?**

Exemplos: A Sra. Paula procura conhecer de perto os seus fornecedores de frutas e verduras, pois ela nunca compra de quem usa mão-de-obra infantil. Além disso ela só compra carnes de fornecedores que tenham o selo de inspeção sanitária.

Resposta: sim não

Comentários:

5. Clientes e consumidores

Pergunta 1: **A sua empresa adota alguma regra de qualidade e de segurança para os produtos ou serviços oferecidos?**

Resposta: sim não

Pergunta 2: **A sua empresa adota alguma regra que disciplina a publicidade?**

Resposta: sim não

Exemplos: Na oficina mecânica do Sr. Otávio os mecânicos são orientados a jamais omitir informações sobre os serviços e a nunca sugerir um reparo que não seja realmente necessário. Cada serviço é fielmente descrito para o cliente com o preço da mão de obra e de todas as peças utilizadas. Além disso o Sr. Otávio faz questão de deixar o cliente à vontade e confiante de que está pagando o preço justo pelo serviço.

Na padaria da Sra. Lúcia as regras de vigilância sanitária são seguidas com todo o cuidado. Para isso os funcionários são treinados por meio de cursos. A Sra. Lúcia faz questão de também vender doces e salgados que podem ser consumidos por pessoas que tenham dificuldades nutricionais como diabéticos. Quando vai fazer propaganda da padaria a Sra. Lúcia evita espalhar papéis e faixas que sujam a cidade e nunca direciona a publicidade ao público infantil.

Comentários:

6. Comunidade

Pergunta: **A sua empresa participa ativamente da comunidade por meio de: apoio a instituições ou projetos comunitários; participação em reuniões com lideranças locais; apoio a eventos comunitários ou contratação preferencial de produtos, serviços e mão-de-obra local?**

Exemplos: Na serralheria da Sra. Joana sempre que possível abre-se vagas para estagiários vindos da escola pública do bairro, dando-lhes experiência profissional e aprendizado. A Sra. Joana participa das reuniões da comunidade local em se discutem os problemas do bairro mostrando que a sua empresa faz parte da comunidade. Todos os sábados ela cede o galpão da serralheria para apresentações culturais gratuitas como musica e teatro.

O Sr. Manoel dá um bônus para todos os funcionários de seu salão de beleza que se juntem a ele num mutirão mensal para prestar os serviços do salão a pessoas que não poderiam pagar por eles. Todos os meses o Sr. Manoel e sua equipe vão a asilos e orfanatos onde cortam cabelo, fazem unha e dão orientações sobre higiene. Quando é preciso um novo funcionário se dá preferência a um candidato que seja do bairro.

Resposta: sim não

Comentários:

7. Comunidade

Pergunta: **A sua empresa ajuda a promover o bem comum por meio de um posicionamento político claro e por meio da participação em fóruns decisórios locais?**

Exemplos: Na academia de ginástica do Sr. Flávio sempre há algum cartaz ou informativo contra a corrupção. Os alunos, a maioria jovens, são expostos a mensagens de incentivo ao voto consciente. Alguns meses antes das eleições o Sr. Flávio coloca no mural da academia uma lista dos candidatos que estão envolvidos em casos de corrupção.

Resposta: sim não

Comentários:

Pesquisa Responsabilidade Sócio-ambiental para Micro e Pequenas Empresas

Nº _____

Aplicador _____

SURVEY

PARTE I

1. Valores e transparência

A sua empresa funciona segundo valores que são do conhecimento de todos os funcionários e que estão disponíveis para que os clientes também conheçam?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

Comentários:

2. Empregados

Alem de cumprir a legislação trabalhista a sua empresa faz algo a mais pelos empregados?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

Comentários:

3. Meio ambiente

A sua empresa ajuda a manter o meio ambiente saudável?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

Comentários:

4. Parceiros e fornecedores

A sua empresa só compra, contrata ou estabelece parcerias com empresas e fornecedores que respeitam as leis ambientais e trabalhistas?

1- Sim

3- não

99- NS/NR

Comentários:

5. Clientes e consumidores

5.1- A sua empresa adota alguma regra de qualidade e de segurança para os produtos ou serviços oferecidos?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

5.2- A sua empresa adota alguma regra que disciplina a publicidade?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

Comentários:

6. Comunidade

A sua empresa participa ativamente da comunidade por meio de: apoio a instituições ou projetos comunitários; participação em reuniões com lideranças locais; apoio a eventos comunitários ou contratação preferencial de produtos, serviços e mão-de-obra local?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

Comentários:

7. Comunidade

A sua empresa ajuda a promover o bem comum por meio de um posicionamento político claro e por meio da participação em fóruns decisórios locais?

1- Sim

3- Não

99- NS/NR

Comentários:

PARTE II

CASO O ENTREVISTADO DEMONSTRE ALGUM TIPO DE RESPONSABILIDADE SOCIO-AMBIENTAL

PROBLEMAS

Me fale mais sobre essa pratica da sua empresa:

8- O que os funcionários/a comunidade acham disso?

PROBLEMA

1- Pessoal

5- Estrutura física e comunidade

2- De recursos humanos

88- NA

3- Financeira

99- NS/NR

4- Legal

O empresário adota a responsabilidade socioambiental empresarial por motivo

9- Como surgiu essa idéia?

RAZÕES

1- Ética pessoal

8- Considerações religiosas

2- Exemplo na família

9- Cumprir um papel humanitário, social ou ambiental

3- Melhora na imagem da empresa

88- NA

4- Melhora na relação com a comunidade

99- NS/NR

5- Melhora na relação com os funcionários

7- Melhora na relação com os clientes

10- Outros: _____