



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MONIQUELI PELLEGRINI

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS
PARTICIPANTES DO NÚCLEO DE SUSTENTABILIDADE DE
CHAPECÓ-SC**

**CHAPECÓ
2018**

MONIQUELI PELLEGRINI

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS
PARTICIPANTES DO NÚCLEO DE SUSTENTABILIDADE DE
CHAPECÓ-SC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª Dra. Larissa de Lima Trindade

**CHAPECÓ
2018**

PROGRAD/DBIB - Divisão de Bibliotecas

Pellegrini, Moniqueli

Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó-SC/ Moniqueli Pellegrini. -- 2018.

70 f.

Orientador: Larissa de Lima Trindade.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de administração , Chapecó, SC, 2018.

1. Sustentabilidade. 2. Responsabilidade Socioambiental. 3. Práticas Ambientais. 4. Práticas Sociais. I. Trindade, Larissa de Lima, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

MONIQUELI PELLEGRINI

PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO NÚCLEO DE SUSTENTABILIDADE DE CHAPECÓ - SC

Trabalho de Conclusão do Curso de Administração apresentado como requisito para a obtenção de grau de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS.

Orientador (a) Prof.(a): LARISSA DE LIMA TRINDADE – UFFS

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca na data de:
25 de Junho de 2018.



LARISSA DE LIMA TRINDADE – Doutora UFFS



SELINÉ NICOLE MARTINS SOARES – Mestre UFFS



SÉRGIO BEGNINI – Mestre UFFS

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao meu amigo Deus. Obrigada, eu sei que uma energia boa sempre me acompanhou e me guiou, inclusive neste ano e nestes últimos meses que tanto pedi por sua ajuda.

Sou eternamente grata pela mãe que eu tenho e que tanto me ajudou nesta fase acadêmica. É uma mulher incrível que me ampara, me cuida, me ajuda, me protege e está comigo em todas as horas. É a minha melhor amiga e a pessoa mais importante da minha vida. Obrigada também ao meu pai, meu amigo e conselheiro. Amo vocês.

Agradeço a esta amada Universidade e aos meus professores, alguns tão queridos para mim que se tornaram também amigos. Admiro muito alguns professores que tive a oportunidade de conhecer durante o curso. Em especial minha orientadora Larissa, obrigada pela oportunidade de trabalharmos juntas neste desafio, pelas orientações, pelos ensinamentos, pela paciência, dedicação e apoio. Eu a admiro muito!

Aos meus amigos tão queridos e especiais, que tive a felicidade de conhecer durante o curso e sei que muitos serão para a vida toda. Nos momentos bons e ruins, ajudaram com a jornada acadêmica e até mesmo com palavras de incentivo e apoio quando precisei. Meus sinceros agradecimentos à Tainara, Letícia S., Letícia M., Lucas, Junior, Alice, Rafael, Alan, entre tantos outros amigos queridos. Ainda agradeço a duas amigas especiais de fora da Universidade, Camila e Rafaela, que me apoiaram e me deram força em todos os momentos. Obrigada gente, amo vocês.

Agradeço a ACIC e ao Núcleo de Sustentabilidade pelo apoio dado na realização deste trabalho, sempre atenciosos e prestativos.

Não poderia deixar de agradecer as empresas e as pessoas que as representaram na realização da minha pesquisa. Sou grata pela oportunidade, tempo e dedicação cedidos.

Agradeço a minha líder e amiga Patrícia, que no período da realização deste trabalho me ajudou de diversas maneiras para que eu conseguisse me dedicar verdadeiramente a ele.

A todas as pessoas que me ajudaram neste projeto e desafio, meu sincero agradecimento!

“Estamos vivendo neste planeta como se tivéssemos outro para ir” (TERRI SWEARINGEN).

RESUMO

No contexto atual as questões ambientais e sociais assumem papel protagonista em muitas organizações empresariais e são objetivos de uma gestão mais responsável frente aos seus *stakeholders*. Desta forma, este estudo objetivou analisar as principais práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó (NSC) – SC. Para atender a este objetivo foi realizada inicialmente uma revisão sistemática, que buscou identificar a partir da literatura recente outros estudos de caso já realizados na área. Concomitantemente foi realizada uma pesquisa qualitativa, descritiva, desenvolvida por meio de multicase junto ao Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó – SC. Oito organizações foram entrevistadas e suas práticas levantadas. Os resultados demonstram que são diversas as práticas de responsabilidade socioambiental utilizadas por tais organizações – todas as organizações investigadas utilizam práticas tanto no pilar social quanto no pilar ambiental. No entanto, o pilar social possui o maior número de projetos. Entre as principais práticas ambientais estão o uso consciente de materiais, a destinação correta de resíduos e economia no consumo de água. Já as principais práticas sociais são voltadas ao incentivo à educação e ao esporte, realizadas principalmente no primeiro caso com os colaboradores e no segundo com a comunidade local. Salienta-se no estudo o papel do Núcleo no auxílio à capacitação e execução de tais projetos, no entanto algumas melhorias podem ser realizadas a fim de principalmente alinhar tais práticas a estratégica de cada organização.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental. Práticas Ambientais. Práticas Sociais.

ABSTRACT

In the current context, environmental and social issues play a leading role in many business organizations and are objectives of a more responsible management towards their stakeholders. In this way, this study aimed to analyze the main practices of social and environmental responsibility in the participating companies of the Sustainability Hub in Chapecó - SC. In order to meet this objective, a systematic review was initially conducted, which sought to identify, from the recent literature, other case studies already performed in the area. Concomitantly, a qualitative, descriptive research was developed through multi case with Chapecó's Sustainability Hub, eight organizations were interviewed and their practices were raised. The results demonstrate that there are several social and environmental responsibility practices used by these organizations - all the organizations investigated use practices both in the social and environmental pillar. However, the social pillar has the largest number of projects. Among the main environmental practices are the conscious use of materials, the correct disposal of waste and water consumption saving. The main social practices are focused on encouraging education and sport, mainly in the first case with employees and in the second with the local community. It is emphasized in the study the role of the Hub in aiding the training and execution of such projects, however some improvements can be made in order to mainly align these practices with each organization's strategy.

Keywords: Social and Environmental Responsibility. Environmental Practices. Social Practices.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Etapas da revisão sistemática dos artigos no Portal de Periódicos da Capes.	18
Quadro 2– Artigos analisados na revisão sistemática.....	18
Quadro 3– Razão Sociais e ramo de atuação das empresas pertencentes ao Núcleo	33
Quadro 4 – Perfil das Organizações pesquisadas no NSC	38
Quadro 5 – Práticas Ambientais realizadas pelas empresas pesquisadas no NSC	45
Quadro 6 - Práticas Sociais realizadas pela empresas pesquisadas no NSC	49

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Pirâmide de Responsabilidade Socioambiental Empresarial	27
Figura 2 – Organograma	37
Figura 3 – <i>Ranking</i> Ambiental.....	48
Figura 4 – <i>Ranking</i> Social	54
Figura 5 – Ligação entre as ações ambientais e sociais realizadas com estratégia das empresas.	55
Figura 6 – Formulário Proposto.....	57

LISTA DE SIGLAS

ACIC – Associação Comercial e Industrial de Chapecó

ADEVOSC – Associação de Deficientes Visuais do Oeste de SC

APAE – Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nível Superior

CAPP – Centro Associativo de Atividades Psicofísicas Patrick

CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

FACISC – Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina

FCTER – Fundação Científica e Tecnológica em Energias Renováveis

FUNDESTE - Fundação Universitária do Desenvolvimento do Oeste

GAPA – Grupo de Apoio e Prevenção a Aids

HEMOSC – Centro de Hematologia e Hemoterapia de SC

ISO – *International Organization for Standardization*

MMA – Ministério do Meio Ambiente

NSC – Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó

ONG – Organização Não Governamental

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 OBJETIVOS.....	14
1.1.1 Objetivo Geral.....	14
1.1.2. Objetivos Específicos.....	14
1.2 JUSTIFICATIVA	15
1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	16
2. REVISÃO TEÓRICA.....	17
2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA	17
2.2 SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	24
2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL	26
2.3.1 Práticas Ambientais	28
2.3.2 Práticas Sociais.....	29
2.3.3 Consequências das práticas de Responsabilidade Socioambiental no pilar econômico	30
3. METODOLOGIA.....	32
3.1 CLASSIFICAÇÕES DA PESQUISA	32
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	33
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	33
3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS.....	34
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	36
4.1 O NÚCLEO E SEU IMPACTO NAS PRÁTICAS SOCIAIS E AMBIENTAIS DE SEUS ASSOCIADOS	36
4.2 PRÁTICAS AMBIENTAIS APRESENTADAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS	45
4.3 PRÁTICAS SOCIAIS APRESENTADAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS	49
4.4 SUGESTÕES DE MELHORIAS NAS PRÁTICAS REALIZADAS PELAS EMPRESAS A PARTIR DO NSC.....	55
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
REFERÊNCIAS.....	62
APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com as empresas.....	65

APÊNDICE B – Roteiro de Entrevista com o NSC	66
APÊNDICE C – Termo de Consentimento	67

1. INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio ambiente e com problemas sociais está cada vez mais sendo debatida e conscientizada. Vários modelos de desenvolvimento mútuo são pensados e sugeridos, levando em conta o equilíbrio de três pilares: o ambiental, o social e o econômico.

Como descreve Pearson (2011), durante toda a trajetória do ser humano a sua atividade gerou impactos ambientais, até mesmo na Pré-história. A diferença era que naquele tempo a natureza conseguia se recompor e reparar os danos que até então eram menores, já que a população também era menor. Com o passar do tempo as consequências ambientais aumentaram, mas um marco importante na história foi a Revolução Industrial, quando a produção em massa passa a ocupar cada vez mais recursos naturais do planeta como se estes fossem inesgotáveis.

Com o incentivo ao consumo e a produção cada vez maiores, aliados a grandes desastres ambientais ao longo do tempo e a percepção de que os recursos naturais são escassos, além do crescimento populacional desordenado, se começa uma preocupação e conscientização da importância do cuidado com o meio ambiente. Se começa a avaliar as consequências enfrentadas pelo tempo em que nada era feito em relação à preservação (PEARSON, 2011).

Ao longo do tempo as nações começam a se organizar, propor e assinar tratados internacionais. A preocupação não era mais debatida apenas entre os intelectuais, mas sim em todas as classes sociais. Surgem então grandes conferências, como a Conferência das Nações Unidas em Estocolmo, no ano de 1972, onde pela primeira vez discutiu-se sobre meio ambiente e as causas sociais, especialmente aquelas ligadas a melhoria da qualidade de vida dos seres humanos. Outros grandes encontros se sucederam e mais tarde o termo desenvolvimento sustentável era amplamente conhecido. Por desenvolvimento sustentável entende-se que é aquele que “atende às necessidades da geração atual sem comprometer o direito de as futuras gerações atenderem as próprias necessidades” (VALLE, 2004, p. 28)

Aliada à cobrança social e a preocupação com o papel que as empresas desenvolvem perante o meio em que estão inseridas, adota-se uma nova postura organizacional, voltada para a responsabilidade e o monitoramento dos impactos gerados pelas atividades sobre a comunidade e o meio ambiente (PEARSON, 2011). Já não é mais possível pensar na empresa sem pensar na ligação dela com os problemas regionais enfrentados onde está instalada, não há mais interno e externo, todas as relações e partes interessadas cobram por uma gestão

responsável. Há uma ligação da empresa com o seu redor e com a promoção do desenvolvimento onde esta se encontra.

Diante do exposto, este trabalho objetiva analisar as principais práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó (NSC) – SC e conhecer suas práticas para a Região. O Núcleo iniciou as atividades em Março de 2016 e é composto por diversas empresas da Cidade dos mais variados segmentos, que tem como principal objetivo serem “economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente correto” (FACISC, 2016); compartilhando experiências e conhecimento através de demonstrações aos empresários participantes, além de encontros e visitas. Para participar é necessário ser pessoa jurídica que exerça atividade econômica e estar devidamente associada à Associação Comercial e Industrial de Chapecó – ACIC. O NSC tem como foco a conjunta melhoria na gestão das empresas no que diz respeito à área ambiental, social e consequentemente econômica. É a primeira iniciativa de um núcleo com esta temática no Oeste de Santa Catarina.

Diante do exposto, delimitou-se o seguinte problema de pesquisa para a realização deste trabalho: **quais são as principais práticas de responsabilidade socioambientais desenvolvidas pelas empresas que pertencem ao Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó?**

1.1 OBJETIVOS

Para garantir o bom desenvolvimento do estudo, seguem os pontos norteadores.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar as principais práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó – SC.

1.1.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar as práticas na área social realizadas pelas empresas pesquisadas no NSC;
- b) Levantar as práticas na área ambiental realizadas pelas empresas pesquisadas;

- c) Verificar impacto das atividades do Núcleo para as práticas realizadas pelas empresas tanto na área ambiental quanto social;
- d) Propor melhorias para as práticas realizadas pelas empresas na área social e ambiental a partir do NSC.

1.2 JUSTIFICATIVA

As questões ambientais e sociais assumem cada vez maior destaque no contexto nacional e internacional. Como aborda Tachizawa (2011) o paradigma das organizações atualmente é diferente do que há um século, pois hoje não há mais como seguir com políticas econômicas e de gestão que causem danos ambientais que não sejam possíveis de reverter. Ainda, o autor afirma que novos modelos empresariais levam em conta a gestão ambiental e responsabilidade social, considerando fatores como a qualidade de vida do coletivo.

Ambientalmente com problemáticas como esgotamento dos recursos naturais, danos aos patrimônios naturais comuns, exploração e escassez; e socialmente falando, questões como pobreza, desigualdade social e suas consequências. Faz-se cada vez maior a necessidade do debate sobre a responsabilidade individual e institucional de toda a sociedade, principalmente das empresas.

Quando se refere às empresas, a responsabilidade acaba sendo ainda maior, visto que para que esta se mantenha economicamente e gere lucro, gera impactos em seu local de atuação. São estes impactos ambientais, sociais, culturais. Como resposta a esta mudança e impacto, retribui ambiental e socialmente de maneira a reparar seus danos ou contribuir com o desenvolvimento de sua região, sabendo dos benefícios que tais iniciativas trarão. “[...] a empresa do novo milênio não pode ficar alheia aos problemas sociais e ecológicos dos lugares onde atua”(PEARSON, 2011, p. 61).

Com a responsabilidade socioambiental cada vez mais cobrada das empresas, faz-se necessária cada vez maior as discussões sobre o assunto. A exposição e estudo das práticas de gestão socioambiental pelas organizações, sua influência e impactos, visto a relevância de que estes comportamentos empresariais estejam cada vez mais presentes na sociedade e nos indivíduos. Como afirma Barbieri (2007), a comunidade de pessoas preocupadas com o meio ambiente tende a crescer ainda mais conforme acontece a conscientização, a medida de que as pessoas se dão conta de que problemas do meio ambiente afetam não só a qualidade de vida atual mas também das gerações futuras, comprometendo até a sobrevivência no planeta.

O estudo da responsabilidade socioambiental em empresas na cidade de Chapecó – SC se mostra importante visto que há pouca divulgação e conhecimento das práticas e postura empregadas por estas empresas na cidade, além de sua importância para o desenvolvimento sustentável regional e de incentivar que outras organizações exerçam postura de responsabilidade perante o meio ambiente e à sociedade. O trabalho se mostra original já que é o primeiro realizado no Núcleo, visando estudá-lo e divulgá-lo, além de propor melhorias como forma de incentivo e apoio a continuação do NSC.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente tópico apresenta a composição deste trabalho, que se divide em cinco capítulos.

O primeiro contém a introdução e justificativa de escolha do tema, além de objetivos geral e específicos que direcionam o trabalho.

No segundo capítulo encontra-se a base teórica para esclarecimento e conhecimento do tema proposto. São apresentados os tópicos, definições e conceitos de sustentabilidade, responsabilidade socioambiental empresarial, práticas ambientais, práticas sociais e a revisão integrativa.

No terceiro capítulo está a metodologia aplicada para a elaboração do trabalho, constituída qualitativamente.

No quarto capítulo apresentam-se os resultados do estudo. A influência do NSC, práticas ambientais apresentadas nas empresas pesquisadas, práticas sociais apresentadas nas empresas pesquisadas e sugestões de melhorias.

O quinto capítulo constitui-se das considerações finais da pesquisa.

2. REVISÃO TEÓRICA

Para entender e pesquisar sobre as principais práticas de responsabilidade socioambiental das empresas pertencentes ao NSC-SC, faz-se necessário começar pelo entendimento dos termos principais sobre o assunto, além de sua origem e aplicabilidade. O que é sustentabilidade, responsabilidade socioambiental nas empresas, práticas ambientais e sociais, além de outros termos. A partir destes entendimentos é que ficam claros os resultados da pesquisa, demais colocações e sugestões posteriores. Neste tópico está o embasamento teórico para que sejam feitas as contextualizações, esclarecimentos e conceituação dos assuntos para melhor entendimento do tema. Além da revisão bibliográfica, usou-se da revisão integrativa para elaboração da base teórica.

2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA

A revisão sistemática consiste, segundo Castro (2001) em uma revisão planejada que busca identificar, selecionar e avaliar de forma crítica os estudos sobre o tema, ainda coletar dados nestes estudos incluídos na revisão.

Neste sentido, para a revisão sistemática deste estudo se utilizou do Portal de Periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que é uma fundação do Ministério da Educação (MEC), e “desempenha papel fundamental na expansão e consolidação da pós-graduação stricto sensu (mestrado e doutorado) em todos os estados da Federação” (PORTAL CAPES, 2017).

A pesquisa no acervo utilizou-se do seguinte método: na primeira parte, houve a busca pelas palavras chave: sustentabilidade, sustentabilidade empresarial, responsabilidade socioambiental, práticas ambientais, práticas sociais, contendo os termos no trabalho. Na segunda etapa, pesquisaram-se pelos documentos em português e publicado nos últimos cinco anos. Na terceira e última etapa, revisados por pares, como exemplificado no Quadro 1.

Quadro 1 - Etapas da revisão sistemática dos artigos no Portal de Periódicos da Capes.

Palavra-chave (Etapa 1)	Total Segundo o Portal Capes – Pesquisa pelo termo (Etapa 2)	Total de Artigos após os critérios de: 1. Em português; 2. Publicado nos últimos 5 anos. (Etapa 3)	Total de artigos depois de incluído o critério de: revisado por pares. (Etapa 4)	Total de artigos após a leitura completa. artigos que abordavam e complementavam o tema.(Etapa 5)
Sustentabilidade	1.786	1.179	530	1
Sustentabilidade Empresarial	260	208	31	1
Responsabilidade Socioambiental	54	30	19	2
Práticas Ambientais	24	16	11	3
Práticas Sociais	177	96	54	-
Total	2.301	1.529	645	7

Fonte: própria, 2017.

*Etapas 1,2,3 e 4 realizadas nos dias 05/11/17 e 06/11/17.

Conforme apresentado no Quadro 1, foram encontrados sete artigos relacionados diretamente com o tema desta pesquisa. Estes artigos são descritos a seguir e compõe a base teórica deste trabalho. O Quadro 2 apresenta um resumo da origem, local de publicação, *Qualis* do artigo, objetivo e metodologia aplicada em cada estudo.

Quadro 2– Artigos analisados na revisão sistemática

Artigo/Descritor	Autor (es) /Ano	Periódico/ Qualis	Objetivo geral	Metodologia aplicada
Artigo 1/ Sustentabilidade	Dafne Oliveira Carlos de Moraes, Natália Queiroz da Silva Oliveira e Elnivan Moreira de Souza/2014.	Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade/B2.	Reunir considerações entre práticas ambientais e suas influências na nova forma institucional das organizações.	<i>Framework</i> que visou entendimento do tema e novas discussões.
Artigo 2/ Sustentabilidade Empresarial	Cristiane Froehlich e Claudia Cristina Bintencourt/2016.	Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade/B2.	Verificar práticas de sustentabilidade na empresa Artecola.	Bibliográfica, descritiva e estudo de caso qualitativo.
Artigo 3/ Responsabilidade Socioambiental	Manoela Theodorovitz dos Santos, Lucila Maria de Souza Campos e Paulo Cauchick /2014.	Exacta/B2.	Verificar como o conceito de responsabilidade socioambiental é percebido em órgãos premiadores da qualidade.	Análise Documental.
Artigo 4/ Sustentabilidade	Daniela Di Domenico, Sady Mazzioni, Clesia	Revista Catarinense da Ciência Contábil/B2.	Identificar práticas de ações de responsabilidade	Multicaso, Estudo exploratório e

Responsabilidade Socioambiental	Ana Gubiani, Neli Bastezini e Leonir Vilani/2015.		socioambiental corporativa das sociedades anônimas de capital aberto de Santa Catarina.	documental.
Artigo 5/ Práticas Ambientais	Alex Eckert, Secundino Luis Henrique Corcini Neto e Daiane Scopel Boff/2015.	Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade/B2.	Analisar iniciativas e práticas ambientais feitas por empresas do Vale do Caí – RS.	Survey, Questionário.
Artigo 6/ Práticas Ambientais	Anne Karolinne Nunes Pinheiro, José Carlos Lázaro Silva Filho, Cláudio Lustosa da Costa Brito, Rita de Cássia Lopes e Gleíza Guerra de Assis Braga/2012.	Revista Eletrônica de Ciência Administrativa/B1.	Caracterizar a gestão ambiental nas diferentes unidades de uma empresa.	Estudo de caso, Pesquisa exploratória.
Artigo 7/ Práticas Ambientais	Pedro Viegas, Renata Coradini e Flaviani Souto Bolzan/2014.	Gestão da Produção, Operações e Sistemas/B3.	Analisar práticas de sustentabilidade no setor de pós-vendas em concessionárias de Santa Maria – RS.	Estudo de multicaseos.

Fonte: própria, 2017.

A partir da análise do Quadro 2, podem-se destacar algumas observações: o descritor que apresentou maior número de artigos foi o descritor “Práticas Ambientais” com um total de 3 artigos, seguido pelo descritor “Responsabilidade Socioambiental”, com dois estudos. A respeito dos Qualis que representa “o conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação” (Portal CAPES, 2014) e sendo os periódicos qualificados com estrato de A1- o mais elevado, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C com peso zero. Os artigos extraídos nesta pesquisa relevam em sua maioria (71% dos total de artigos selecionados) estão no extrato B2, o que demonstra uma boa qualificação dos estudos na área de Administração de Empresas.

Também se observa - a partir do Quadro 2 - que os estudos de caso e multicaseos são mais representativos dentro dos artigos selecionados, além de pesquisa exploratória realizada por meio de pesquisa documental.

Acerca especificamente dos estudos, a leitura minuciosa revelou no caso do Artigo 1 que os autores expõem a ideia de que cada vez mais as empresas são direcionadas para uma política sustentável e a adoção de diversas e diferentes práticas de responsabilidade ambiental. Fala-se ainda da tendência de que todas possuam alguma prática, sendo influenciadas por outras empresas que já as possuem. Segundo Oliveira *et al* (2014) a pressão pode ser realizada

por outras empresas e pela cultura da localidade, pela imitação, ou pela profissionalização e informatização, fazendo assim com que a empresa adote e se submeta as regras impostas pelo meio em que está inserida. Os autores dissertam sobre a necessidade das empresas em se adequar aos valores e crenças culturais que as rodeiam, remetendo a lembrança de que a pressão popular pode fazer com que as empresas sejam cada vez mais responsáveis ecologicamente e socialmente, graças à pressão realizada pelo governo, sociedade ou concorrência. Por fim, em suas considerações finais os autores comentam sobre a importância das empresas em atenderem as especificações cobradas pelas partes interessadas que as rodeiam, garantindo assim a sua sobrevivência.

No desenvolver do Artigo 2 as autoras Froehlich e Bitencourt (2016) relatam como ao longo do tempo as empresas tem seu desempenho avaliado não somente por índices financeiros, mas também por desenvolvimento social e o cuidado ambiental. Ao longo do tempo, o olhar sustentável empresarial transforma-se também em estratégia empresarial e competitiva, agregando valor ao negócio, incorporando em seu meio melhorias no aspecto ambiental e social. Abordam também sobre as práticas da empresa pesquisada no trabalho nos três pilares da sustentabilidade, já que a mesma apresenta práticas econômicas, sociais e ambientais. A empresa estudada no artigo, a Artecota, possui três áreas de negócios – adesivos e laminados, calçados de segurança e soluções em plásticos de engenharias, utiliza-se de indicadores para mensuração mensal de como está a sustentabilidade em seus negócios nos três pilares. O pilar econômico é medido por meio de relatórios de receita líquida e participação de mercado; o ambiental é baseado na média de consumo de recursos naturais (uso da energia, volume de água retirado de fontes, investimentos com iniciativas ambientais); já o pilar social a empresa Artecota destaca os treinamentos e o investimento em educação dos colaboradores.

Em especial, Froehlich e Bitencourt (2016) destacam as seguintes práticas, realizadas pela empresa Artecota na parte ambiental: a reciclagem, coleta seletiva, tratamento de efluentes, utilização de resíduos, utilização de tecnologias na produção que permitam que os produtos sejam menos agressivos ao meio ambiente, campanhas de conscientização, fóruns, além de seguir as normas do ISO 14001. As ações da parte social desenvolvidas pela empresa consistem em projetos de educação, eventos diversos com a temática de esporte e cultura, voluntariado, inclusão digital, além de participação em atividades de uma escola municipal e criação de uma Universidade Corporativa.

As autoras relatam ainda ao final da pesquisa que apesar de se atender as especificações do conceito e ter práticas nos três pilares bem definidas, as pessoas envolvidas nestes processos não tem claramente o conceito e a concepção do que é sustentabilidade, o que mostra a

necessidade de que o conceito seja fortalecido e discutido, além de que chegue em todos os níveis da organização. Para a empresa estudada neste artigo, o pilar econômico é a base para que os outros possam acontecer.

Ao longo do Artigo 3, aborda-se como a responsabilidade socioambiental está relacionada aos valores da comunidade, afirmando sobre a responsabilidade socioambiental como agente que atenda as expectativas e exigências de todas as partes interessadas da empresa, sendo assim necessária boa reputação e reconhecimento junto à sociedade a qual a organização está inserida. Santos, Souza e Cauchick (2014) expõem os diversos prêmios de qualidade existentes no mundo, suas considerações, modelo de funcionamento e critérios de pontuações. Entre estes os autores destacam o Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ) realizado anualmente pela Fundação Nacional da Qualidade, uma premiação brasileira que tem contribuído para melhorar significativamente a responsabilidade socioambiental nas indústrias brasileiras. Internacionalmente é destaque o *Malcolm Baldrige National Quality Award* (MBNQA) dos EUA, o *European Quality Award* (EQA) Europeu, e o *Japan Quality Award* (JQA), todos eles prêmios empresariais que levam em consideração a gestão de qualidade, onde esta, por vez, leva em conta a responsabilidade socioambiental entre seus critérios.

Segundo os autores, todos os modelos de excelência apresentam a mesma preocupação em relação ao tema. Em suas análises o trabalho apresenta as práticas realizadas por duas grandes empresas brasileiras, a Natura e a Volvo Caminhões, que tem práticas relacionadas a sustentabilidade. Na empresa Natura, o artigo identifica como principais práticas sociais: o apoio na leitura e escrita, com um projeto realizado através de recursos obtidos em uma determinada linha de produtos. Como principais práticas ambientais: utilização do plástico verde 100% reciclável e recuperação de águas residuais. Há também demais incentivos a projetos socioambientais realizados de acordo com as demandas nas comunidades das consultoras.

Na empresa Volvo foi constatada a seguinte prática social: abrigo de crianças e adolescentes em situação de risco. Como práticas ambientais esta empresa apresenta o caminhão híbrido, que reduz o uso do combustível em 35%, reciclagem nas peças dos caminhões e programa de redução de emissão de dióxido de carbono.

Em suas considerações finais, os autores relatam sobre a influencia que prêmios de qualidade e os modelos de excelência como o Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ) tem sobre os feitos ambientais e sociais das empresas participantes, fazendo com que elas firmem maior compromisso com estas questões e elaborem programas mais efetivos ao longo do tempo. Aborda-se ainda que a partir destes incentivos e premiações tenha-se a elaboração destes

projetos de certa forma mais facilitada, já que se pode contar com o suporte e as diretrizes do programa. Os autores ressaltam ainda sobre as peculiaridades de cada setor, que nem sempre permitem que as práticas sejam parecidas ou comparáveis, devendo cada organização se adequar ao seu setor e modelo de funcionamento para escolha das melhores práticas.

Ao longo do Artigo 4, Domenico *et al* (2015), apresentam conceitos atrelando a responsabilidade socioambiental a competitividade e geração de valor, além de sua inserção na área contábil das empresas, na perspectiva da importância de apresentar à sociedade as informações ambientais através de relatórios de sustentabilidade ou do Balanço Social por exemplo. Ao longo do artigo os autores demonstram o que é feito pelas empresas de sociedades anônimas de capital aberto de Santa Catarina listadas na BM&FBovespa com relação à responsabilidade socioambiental.

Domenico *et al* (2015) apresentam as empresas pesquisadas – BRF S.A, BUETTNER S.A., CASAN, KARSTEN S.A e WEG S.A, e suas principais práticas, algumas com práticas de maior parte na área ambiental e outras na área social, ficando a área social com o maior número de investimentos e práticas realizadas. Os autores demonstram como, através dos relatórios a comunidade pode perceber o que é realizado pelas empresas e o quanto é investido por elas em práticas que levem em conta o meio ambiente e a sociedade. As atividades que mais aparecem nos relatórios são relacionadas a educação dos colaboradores, conscientização da população sobre o meio ambiente, consumo da água, gestão da emissão de gases, tratamento de resíduos de produção e outras iniciativas sociais, como treinamentos, práticas de saúde e segurança.

Ao longo do artigo 5, Ecker, *et al.* (2015), comentam sobre a percepção do aumento no interesse das empresas em manterem-se ecologicamente corretas, ou no mínimo iniciar práticas que garantam impactos ambientais menores, apesar de perceber menor preocupação quando se fala na água utilizada por estas empresas. Os autores comentam sobre as boas práticas internas das empresas, mas que nem sempre são compartilhadas e levadas à comunidade ou até mesmo repassadas e apresentadas aos próprios funcionários das organizações estudadas.

O compartilhamento destas informações, como já visto em estudos anteriores traz benefícios a empresa. Diversas campanhas foram percebidas nas empresas estudadas no Vale do Caí – RS , como a de economia de materiais, reutilização, redução de consumo, parcerias com outras instituições para correto descarte de produtos e resíduos, mesmo nas que não contam com programa de gestão ambiental. Ecker, *et al.* (2015) atentam para o grande número de empresas que não tem iniciativas no campo de utilização consciente de água. No consumo de energia estes números mudam e as empresas mostram-se mais conscientes. Em menos da metade das empresas pesquisadas na região são realizados treinamentos de educação ambiental

para os funcionários. Se estes treinamentos fossem realizados, aumentariam a conscientização e o engajamento dos mesmos nas atividades realizadas ou na implementação de projetos nesta área nas empresas.

Pinheiro *et al.* (2012) no decorrer do artigo 6 relatam sobre a importância e emergência da gestão ambiental nas organizações, especialmente incorporada na perspectivas estratégicas. Em suas considerações, os autores corroboram com pontos já mencionados em outros artigos (FROEHLICH E BITENCOURT, 2016; ECKER, *ET AL.*, 2015; OLIVEIRA *et al.*, 2014,) como a questão de que quanto mais próxima do consumidor final maior será a cobrança por parte das partes interessadas na questão de que a empresa adote postura ambiental. Ressaltam a importância de considerar as particularidades e o perfil da empresa para definir suas práticas sociais e ambientais. A organização deve estar atenta também aos fatores externos, como a localização geográfica da empresa – que pode ter o risco ambiental característico de sua atividade e pressão das partes relacionadas.

Na análise das duas empresas de grande porte no ramo de metalúrgica estudadas por Pinheiro *et al.* (2012), pode-se observar que a primeira empresa estudada cumpre apenas com os aspectos legais e há desinteresse no tema sustentabilidade. A segunda empresa estudada tem diretoria própria específica para tratar do assunto, usa a sustentabilidade em seu slogan e tem o envolvimento da alta gerência propagando os conhecimentos na organização como um todo.

No desenvolvimento do artigo 7, Viegas, Coradine e Bolzan (2014), apresentam as diferenças entre as cinco concessionárias de veículos leves estudadas na cidade de Santa Maria – RS. Todas as empresas estudadas demonstram uma postura de preocupação com o meio ambiente, no entanto, duas delas apresentam um nível mais elevado de práticas ambientais, já que utilizam a ferramenta de ISO (*International Organization for Standardization*) 14000. Os autores relatam sobre a falta de incentivos municipais, estaduais e federais para que as empresas utilizem mais práticas sustentáveis, para Viegas, Coradine e Bolzan (2014) seria importante que o Estado auxiliasse neste processo, como fomentador e incentivador.

Ao analisar todos os artigos, percebem-se muitos pontos em comum. A maioria, se não todos, comentam sobre a importância e a relevância da pressão social sobre as empresas. Fala-se muito que as empresas passam a adotar práticas de sustentabilidade devido às cobranças sociais exercidas sobre elas. A maioria das empresas sabe da importância de apresentar uma adequada postura socioambiental. Possivelmente com o tempo o desconforto gerado por não se encaixar nos novos moldes sociais faça com que estas sejam diferentes.

Outro ponto perceptível em mais de um artigo, é a questão da importância dos órgãos regulamentadores – como apresentado, ISO ou diferentes premiações de incentivos - que

servem como ponto de apoio e referência para as mais diversas práticas, incentivando e dando suporte a projetos relevantes para as empresas e o meio em que estão inseridas. Estes órgãos, como relatado em alguns dos artigos, facilitam o trabalho para as empresas que por vezes tem dúvidas ou até mesmo dificuldades em começar projetos sustentáveis.

Constata-se ao final da revisão sistemática que cresce a percepção e a busca por um desempenho mais sustentável. As empresas compreendem e despertam cada vez mais para a necessidade da sustentabilidade, que não é mais entendida apenas pela vertente econômica, mas também por seus aspectos sociais e ambientais. Fica evidente em todos os casos que as empresas são também agentes transformadores da localidade em que estão inseridas, tendo responsabilidade nas causas ambientais e sociais, conseqüentemente ganhando até mesmo no âmbito econômico e no seu desenvolvimento.

2.2 SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Segundo o dicionário Aurélio (2010, p.836), sustentabilidade é “qualidade ou condição do que é sustentável”, ou seja, do que se mantêm. Inicialmente o termo surgiu no âmbito científico na área ecológica, quando aborda a maior conexão entre ser humano e natureza, e a conservação do meio ambiente e de um ecossistema que permitisse a sobrevivência do maior número possível de espécies (SILVA e REIS, 2011).

Nas organizações, o termo Desenvolvimento Sustentável começa a ser mencionado quando se iniciam os grandes eventos mundiais de consciência ecológica e de meio ambiente, como por exemplo, onde seu termo ficou mais propagado, conhecido e de maior concordância: no Relatório Nosso Futuro Comum, conhecido como Relatório *Brundtland* (Organização das Nações Unidas [ONU] 1987) que diz que o desenvolvimento sustentável é “a capacidade de atender às necessidades das gerações presentes, sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades”. Como se percebe, o maior consenso é de que o desenvolvimento sustentável tem seu foco no atendimento das necessidades atuais equilibrando com as futuras, garantindo que estas não sejam prejudicadas.

Estes grandes eventos mundiais e debates sobre a importância de se rever meios de produção, equilibrar produção em massa, evitar degradação ambiental e garantir que os meios naturais esgotáveis sejam mantidos, tem início após a Revolução Industrial, como relata Person (2011). O autor ainda afirma que a sociedade e as empresas começam a partir deste

período tomar consciência da relevância de temas ambientais e o assunto passa a ser amplamente discutido.

Vários autores remetem o conceito de sustentabilidade a uma harmonia no uso dos recursos naturais com o desenvolvimento e investimentos. Sendo assim, Elkington (2004) junta em sua teoria três áreas que antes eram analisadas separadamente, as descreve como pilares e afirma que estes três pilares devem ser devidamente equilibrados e pensados de maneira a serem unidos: o econômico, o ambiental e o social. Para o autor, o equilíbrio destas três áreas é essencial para que a sustentabilidade aconteça. Desta maneira, a empresa deve gerar lucro preservando o meio ambiente e zelando pelas questões ambientais, além de garantir o desenvolvimento social da área em que está inserida.

Outros autores ainda comentam sobre a importância deste equilíbrio entre os três pilares, como Andino (2011), quando afirma que a sustentabilidade contempla relações entre governo, partes interessadas, economia e sociedade na região em que a empresa está inserida, garantindo que todas estas variáveis sejam devidamente atendidas sem que haja sobrecarga e excessos para nenhuma delas, garantindo a estabilidade em todas.

Como exemplifica Cavalcanti (2009) não se pode mais perceber a economia como algo separado da natureza, pois não existe atividade humana sem os recursos básicos e essenciais naturais, como a água e o solo, por exemplo. O autor ainda traz para o debate a questão de que apesar de já percebida a importância da sustentabilidade, o mundo atual caminha por rumos que não permitem que a mesma aconteça.

Até hoje não se tem registros de que já tenha existido uma sociedade sustentável, como afirma Bosselmann (2015). Segundo o autor, quando se pensa na parte social e ambiental, nenhuma especificação das áreas é atendida, já que os registros históricos mostram sociedades que sempre utilizaram de recursos naturais como se fossem inesgotáveis. Socialmente falando, sempre houve problemas como desigualdades, violência e outras questões. O autor esclarece que no campo empresarial as cobranças maiores acontecem não apenas pela pressão social e pelo natural do ser humano em viver de acordo com a natureza, mas quando a sustentabilidade passa a ser legislação.

Ao que se percebe, todos os autores têm em comum a concepção de que o desenvolvimento precisa garantir o atendimento as necessidades, mantendo os recursos naturais e gerando avanço social, se tornando assim sustentável. Assim, a sociedade caminha rumo à sustentabilidade. Os termos são amplamente abordados e debatidos mundialmente, chegam às organizações por meio de cobranças sociais e da responsabilidade perante também a legislação. Fala-se então, sobre a responsabilidade socioambiental das empresas.

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2017) Responsabilidade Socioambiental diz respeito a ações que respeitam o meio ambiente e práticas que tenham como um dos principais objetivos visar a sustentabilidade. Segundo o Ministério, é de responsabilidade de todos: sociedade, governo, organizações. Quando se fala em responsabilidade socioambiental empresarial, refere-se à responsabilidade das empresas perante a sustentabilidade. Algumas empresas já adotam estas medidas e este posicionamento também em sua estratégia competitiva.

Para Berté (2009) algumas empresas já aprenderam a trabalhar e relacionar-se junto ao meio ambiente de maneira sustentável. Porém, a grande maioria das empresas brasileiras não apresentam maiores preocupações quanto aos problemas ambientais. Esta preocupação se dá apenas por meio de fiscalização dos órgãos responsáveis e pressão social. Para o autor, grande parte dos empresários ainda acredita que não é possível que aconteça desenvolvimento econômico com a responsabilidade socioambiental, embora este cenário esteja mudando.

Empresarialmente falando, a responsabilidade socioambiental é percebida no contexto dos interesses do público que rodeia a empresa e possui algum interesse ou participação nela, ou seja, dos *stakeholders*¹. É um compromisso constante da empresa na adoção de práticas de responsabilidade socioambiental em seu cotidiano. (NASCIMENTO, 2008) Basicamente, os autores expressam que é a necessidade em atender aos interesses do público que rodeia a organização.

Segundo Aligleri (2009) no mundo dos negócios esta integração das políticas e práticas de responsabilidade socioambiental aliada à gestão das empresas pode gerar e servir ainda de estratégia competitiva. Desta maneira, também agrega valor a empresa. Refere-se a aliar necessidades e demandas sociais e corporativas no mesmo ambiente. Aligleri (2009) ainda esclarece que a responsabilidade socioambiental empresarial é um conjunto de rotinas e práticas gerenciais que estão presentes em todos os níveis do negócio, estimulando pilares sociais e econômicos.

Coral (2002) afirma que a responsabilidade socioambiental empresarial acontece quando a empresa é economicamente viável, ou seja, gere lucro aos seus acionistas; competitiva; sua produção não agrida ao meio ambiente garantindo a responsabilidade frente

¹ Público estratégico que tem interesse em uma empresa, como a comunidade, clientes, investidores, governo.

às gerações futuras; e ainda que ela contribua para o desenvolvimento social do seu meio de atuação.

Carroll (1991) expõe em sua pirâmide as dimensões da responsabilidade socioambiental empresarial, representada na Figura 1.

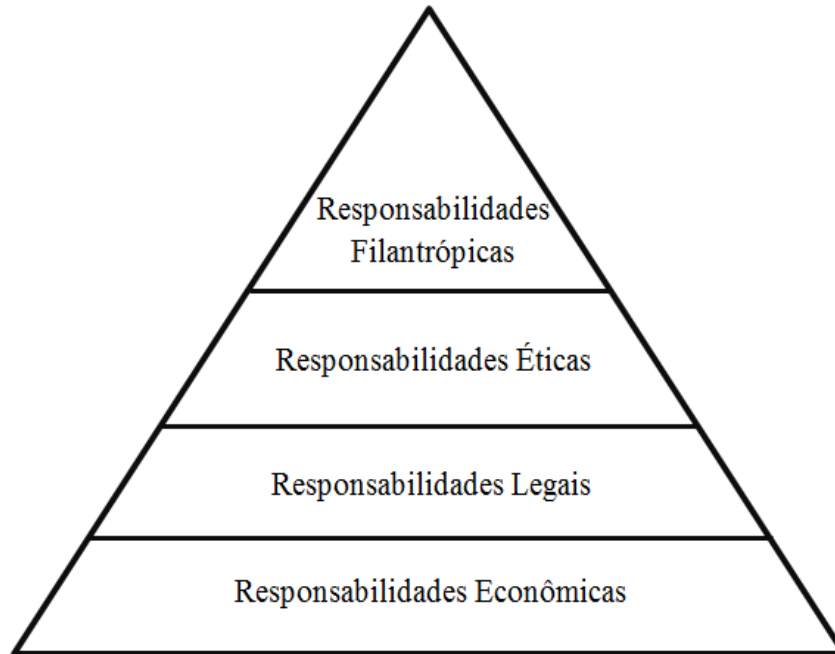


Figura 1: Pirâmide de Responsabilidade Socioambiental Empresarial

Fonte: Adaptado de: CARROLL, A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, v.34 n.4, 1991.

A pirâmide exemplifica (Figura 1) quatro dimensões, começando pelo desempenho econômico que segundo Carroll (1991) é a base para que todas as demais possam acontecer, constatando que se uma empresa não consegue obter lucro, não seguirá com suas atividades e conseqüentemente não manterá nenhuma outra. Carroll (1991) segue em sua pirâmide com as obrigações legais, onde a empresa deve cumprir com toda a legislação imposta; a responsabilidade ética que corresponde aos valores que compõe a empresa, ações esperadas pela mesma fazendo o que é certo e justo. Por fim, a empresa deve ser boa cidadã corporativa, que significa contribuir com a parte humana e financeira na comunidade em que está inserida, desta maneira, melhorando a qualidade de vida ao seu redor.

Diante dos diversos autores, percebe-se a responsabilidade socioambiental empresarial como as políticas que a empresa adota para manter-se sustentável. Estas práticas são de ordem ambiental e social. O outro pilar da sustentabilidade, o econômico, é atingido por consequência, até mesmo com a empresa mantendo-se no mercado e continuando suas

atividades ao se adequar as exigências dos consumidores. Quando acontece a melhora de diversas questões sociais, obviamente as empresas também ganham economicamente. Segundo CORAL (2002), economicamente as empresas ganham com vantagem competitiva, ganho de mercado e estratégias de negócios.

2.3.1 Práticas Ambientais

Cada vez mais devem ser aprofundados os estudos sobre a temática ambiental, já que só depois que se conhece realmente o problema é que se pode participar ativamente das discussões e processos decisórios em questões que podem melhorar ou piorar a qualidade do meio ambiente. Isto vale para a toda a sociedade, mas especialmente os gestores das empresas devem conhecer sobre o assunto, para assim poder identificar, por exemplo, efeitos da instalação de suas empresas e atividades sobre o meio ambiente (BERTÉ, 2009).

Atualmente, entre os fatores que prejudicam a boa gestão ambiental estão a dificuldade das pessoas em entenderem as consequências da interferência humana no meio ambiente, a percepção de que os elementos naturais são infinitos e a sensação de que nada mais pode ser feito para reduzir a degradação do meio ambiente (BERTÉ, 2009).

Elkington (2001) afirma que no pilar ambiental a política empresarial deve ser de minimizar poluição e gerir adequadamente os recursos naturais que a organização utilizará, além de controlar lixos tóxicos que serão devolvidos a natureza.

Nesta mesma percepção, Coral (2002) apresenta como sendo práticas ambientais na estratégia empresarial ações como uso de tecnologias limpas, reciclagem, reutilização, uso consciente de recursos naturais, atendimento a legislação ambiental, tratamento de efluentes e resíduos utilizados na empresa antes que estes voltem ao meio ambiente e análise de impactos ambientais causados pela empresa.

Para Barbieri (2011) as práticas ainda podem ser de controlar a poluição gerada pela empresa, prevenir ou diminuir a poluição produzida e ainda aborda sobre estas práticas aliadas com a gestão estratégica, quando as atividades ambientais estão presentes em todas as partes e processos da empresa, gerando ainda a vantagem competitiva.

Como abordado na revisão integrativa, nesta mesma seção deste trabalho, as atividades percebidas na parte ambiental podem ser de controle de emissão de gases na atmosfera, tratamento de efluentes, uso consciente da água, campanhas de conscientização e fortalecimento dos conceitos ambientais para melhorar o engajamento dos colaboradores,

redução no uso de materiais, reutilização, utilização de resíduos, destino correto do lixo, reaproveitamentos.

Uma das práticas que pode ser adotada pela empresa é a de seguimento da ISO (*International Organization for Standardization*) 14001, que é uma norma internacional para utilização de sistemas de gestão ambiental. Ajuda as empresas a tornar melhor o uso de seus recursos e reduzir desperdícios e resíduos, gerando vantagem competitiva. A norma remete ainda à proteção contra danos e degradação ambiental, cuidado com todo o ciclo de vida do produto onde são pensadas soluções ao final de sua vida útil, quando será descartado (ABNT NBR ISO 14001, 2015).

Como visto no exposto pelos autores, as práticas ambientais baseiam-se nos recursos naturais e no que será devolvido à natureza. A preocupação é sempre com que o meio ambiente consiga se recuperar após o impacto causado pela implantação e pelas atividades de uma empresa na localidade em que está instalada, no curto e longo prazo. Assim, se garantirá que a natureza consiga manter o seu ciclo de vida e nem o meio ambiente nem a sociedade sejam prejudicadas. Na formulação das práticas ambientais adotadas, cada empresa deve levar em consideração suas particularidades, como seu ramo de atuação, nível de degradação ambiental ocasionado por seu funcionamento, localização geográfica, entre outros.

Para Cavalcanti (2009) as práticas ambientais passam a ser encaradas também como necessidade de sobrevivência das empresas, como se fosse um novo produto ou serviço a ser oferecido.

2.3.2 Práticas Sociais

Para cumprir com a responsabilidade socioambiental empresarial, as empresas também devem apresentar práticas sociais. Afinal, como apresenta Cavalcanti (2009), não há como a população pensar causas ambientais enquanto não forem resolvidos problemas de ordem social. Para o autor, encontra-se a degradação e poluição ambientais tanto pela pobreza quanto pelo acúmulo da riqueza, quando aborda questões como a desigualdade social, por exemplo.

Elkington (2001) aborda que no pilar social devem ser observadas questões sobre o trabalho, diversidade, remuneração e qualidade de vida dos trabalhadores. O autor então, afirma que estas iniciativas já começam a mudar o meio em que a empresa está inserida.

Seguindo a mesma linha de pensamento, Werbach (2010) afirma que no âmbito social devem-se ser levados em conta fatores que afetam por completo a sociedade, como a pobreza, violência, educação e saúde pública, relações de trabalho, entre outros.

Desta maneira, podem ser pensadas atividades sociais que envolvam as comunidades e as pessoas em treinamentos, cursos, palestras, campanhas no incentivo à educação, cultura e esporte. Projetos que levem em consideração as necessidades e demandas da região onde serão implementados, atentando aos resultados de longo prazo nas áreas atendidas.

Coral (2002) apresenta as estratégias e práticas de ordem social como sendo suporte ao crescimento da comunidade, compromisso com o desenvolvimento de Recursos Humanos na empresa, promoção e participação em programas sociais. Ainda comenta-se sobre igualdade na distribuição de renda e diminuição das diferenças. Assim sendo, cada empresa deve atentar ao meio em que está inserida e pensar sobre o que pode ser relevante para a comunidade que está rodeando-a, além dos próprios funcionários que estão na organização. Diferentes auxílios educação, planos de carreiras, campanhas de saúde, treinamentos, auxílios e outros programas podem ser oferecidos pelas empresas como prática de responsabilidade social. Di Domenico et al, (2015).

Se cada empresa pensar em melhorias sociais em sua localidade, toda a sociedade obtém melhorias sociais, ambientais e conseqüentemente econômicas.

2.3.3 Consequências das práticas de Responsabilidade Socioambiental no pilar econômico

Como exemplifica Carroll (1991) sem que haja o bom funcionamento econômico da empresa e sem que ela tenha lucros, nenhuma das outras atividades pode ser realizada e nenhuma outra demanda atendida.

Já que a atividade da maioria das empresas é econômica, faz-se necessário que ela se mantenha ativa no mercado, com participação de mercado, obtendo lucros, com boa imagem e reputação e atendendo as necessidades e exigências de seus clientes e demais partes interessadas.

Sendo assim, Coral (2002) afirma que o pilar econômico dos três pilares da sustentabilidade contempla a estratégia de negócios da empresa, qualidade do produto ou serviço vendido e oferecido, custos e vantagens competitivas. A partir disso é que se pode perceber, por exemplo, como uma prática pode acontecer simultaneamente entre dois pilares e beneficiar aos dois, como na redução de desperdícios no processo de produção, onde o custo deste processo é diminuído. Menor agressão ao meio ambiente e menor custo de produto, o que contempla os pilares ambiental e econômico.

Como abordado na revisão integrativa ,segundo Froehlich e Bitencourt (2016) o pilar econômico da empresa objeto de estudo contempla geração de valor, inovação de produtos, redução de riscos em investimentos, que fazem com que a empresa garanta a continuação de suas atividades gerando crescimento contínuo.

No pilar econômico, a empresa ao mesmo tempo em que investe na parte socioambiental obtêm retornos e só tem a ganhar. Como afirma Alglieri *et al.* (2009) as políticas socioambientais aliadas a estratégia do negócio desencadeiam inovações que reduzem custo e diferencial na produção, aumentando assim o valor agregado da empresa perante ao mercado.

3. METODOLOGIA

No presente capítulo são apresentados os norteadores para a elaboração da pesquisa, que garantiram que os objetivos fossem devidamente atendidos. Para tanto, a pesquisa foi realizada através de entrevistas aos gestores ou responsáveis pela área de responsabilidade socioambiental nas empresas pesquisadas no NSC-SC, além de entrevista à coordenação do Núcleo.

Os tópicos desta seção dividem-se em classificação da pesquisa, universo e amostra, técnica de coleta de dados, técnica de análise dos dados e cronograma para finalização do trabalho.

3.1 CLASSIFICAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa realizada no presente trabalho é de natureza qualitativa, descritiva realizada por meio de multi casos. Qualitativa, pois é a “investigação de valores, atitudes, percepções e motivações do público pesquisado, com a preocupação primordial de entendê-los, em toda sua profundidade” (GONÇALVES; MEIRELLES, 2002, p. 46).

Ainda segundo Flick (2009) a pesquisa qualitativa está interessada em experiências, relações, comparações, documentos e outros objetos de pesquisa de forma natural, com suas particularidades. Outros autores, como Richardson (1989) afirmam que é pesquisa qualitativa, pois se difere da quantitativa, não tendo instrumento estatístico na análise dos seus dados.

A modalidade de investigação descritiva é a mais adequada para descrever características do objeto estudado, segundo Gonçalves e Meirelles (2002). Como esclarece Gil (1999) as pesquisas descritivas relatam características do fenômeno de estudo, estabelecendo relações entre as variáveis observadas na pesquisa.

O método de estudo de caso – na presente pesquisa multicase, como esclarece Yin (2005) é uma investigação de um fenômeno em seu contexto de vida real, tal qual com seu funcionamento. O autor ainda afirma que o estudo com casos múltiplos tem vantagens significativas, já que confronta realidades diferentes. Este método se mostra eficaz para o estudo, já que foram pesquisadas várias empresas e cada uma delas com áreas diferentes de atuação, sistemas diferentes de funcionamento, políticas diferentes, práticas diferentes. O estudo de multicase permite que nas empresas, por exemplo, sejam percebidas as

particularidades de cada uma perante o objeto de estudo, podendo posteriormente realizar as comparações.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Para Vergara (2009) o universo são os elementos que serão objetos de estudo, e a amostra ou ainda população amostral, é uma parte do universo selecionada para representatividade. Ainda, quando todos os elementos do universo de pesquisa são considerados, diz-se que foi feito censo.

O Universo estudado são as empresas participantes do NSC. O Núcleo é composto atualmente por 14 empresas, com 10 empresas ativas. Foram entrevistados 8 gestores ou responsáveis pela área socioambiental nas empresas, o que tornou a pesquisa representativa.

No Quadro 3, são descritos as razão sociais e o ramo de atuação das empresas participantes do NSC.

Quadro 3– Razão Sociais e ramo de atuação das empresas pertencentes ao Núcleo

Razão Social	Ramo de atuação
Athuar Treinamentos e Assistência Tecnológica LTDA	Assessoria Empresarial
Cooperativa Central Aurora Alimentos	Alimentos
CETRIC – Central de Tratamento de Resíduos Sólidos Industriais	Tratamento de resíduos
Cooperativa Agroindustrial Alfa	Agronegócio
Fal Arquitetura e Urbanismo LTDA	Arquitetura
FCTER – Fundação Científica e Tecnológica em Energias Renováveis	Energias Renováveis
Fibratec Engenharia	Engenharia
Inviolável Segurança 24 Horas LTDA	Segurança
Nord Eletric S/A – Soluções em engenharia elétrica	Engenharia Elétrica
Scussel Verduras	Comércio de verduras
SOS Sustentar – Consultoria em Publicidade	Consultoria
Cooperativa de Trabalho Médico da Região Oeste UNIMED Chapecó	Cooperativa de trabalho médico
Unochapecó – Universidade Comunitária da Região de Chapecó	Educação
Verde Vida Programa Oficina Educativa	ONG com foco em educação e meio ambiente

Fonte: própria, 2018.

Observa-se através do Quadro 3 que além de empresas de diversos segmentos têm-se a participação de uma ONG – Verde Vida, uma Fundação – FCTER, além de um funcionário autônomo – Fal Aquitetura.

3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Para coleta de dados desta pesquisa foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com roteiro previamente elaborado nas empresas participantes do Núcleo (APÊNDICE A) e com a coordenação do Núcleo (APÊNDICE B).

Lakatos e Maroconi (2010) afirmam que a entrevista é um encontro entre pessoas para que o pesquisador encontre as informações que necessita sobre um determinado assunto, através da conversação. Serve para observar fatos, motivos, condutas, opiniões. Garante maior flexibilidade e informações mais precisas. Na entrevista semiestruturada, há abertura para que o entrevistado possa ir além das perguntas já elaboradas, fornecendo contribuições as respostas e a pesquisa.

A escolha da entrevista semiestruturada se deve à vantagens como as expostas por Flick (2009), quando afirma que é mais provável que os sujeitos entrevistados contribuam e expressem-se melhor em situações com entrevistas tendendo à entrevista aberta – como na semiestruturada, do que em uma entrevista fechada ou em outros métodos como o questionário, por exemplo.

Os preceitos éticos foram baseados na Resolução n. 196/96 do Conselho Nacional de Saúde do Ministério da Saúde, que diz respeito a pesquisas envolvendo seres humanos (BRASIL, 1996). Conforme determinado na Resolução, foi solicitada aos participantes entrevistados a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice C), e a pesquisadora garantiu aos participantes o anonimato, o sigilo e o direito de desistir do estudo a qualquer momento, bem como, o livre acesso aos dados quando de seu interesse. Ainda, a fim de garantir o anonimato dos participantes entrevistados, estes foram nomeados em entrevistado 1, entrevistado, 2, e sucessivamente.

3.4 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS

A técnica utilizada para análise dos dados coletados foi a análise de conteúdo, juntamente com a análise documental – quando na entrevista, o entrevistado forneceu material da empresa para análise.

Na análise de conteúdo parte-se da mensagem, levando em consideração as condições contextuais de seus produtores, e assentando-se na concepção crítica e dinâmica da linguagem (PUGLISI; FRANCO, 2005).

Como afirma Vergara (2006), a análise de conteúdo é considerada uma técnica para a análise de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema, levando em conta o contexto da entrevista.

Segundo Lakatos e Marconi (2010), para se analisar qualquer conteúdo é necessário dividi-lo e interpretá-lo em partes menores, conhecer a realidade dos elementos estudados, determinar e perceber relações entre os trechos, estruturando as ideias posteriormente.

Desta maneira, todas as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas, para assim facilitar a análise das respostas e identificações de pontos relevantes. Os dados coletados passaram pelas fases descritas por Moraes (1999), que em sua concepção são cinco: preparação, que consiste basicamente na organização dos dados; Unitarização, quando os dados são separados em unidades iguais – como temas ou respostas; Categorização, onde os dados comparados semelhantes serão agrupados; Descrição, basicamente a escrita do material; e Interpretação. Na última etapa é feita a compreensão aprofundada dos elementos estudados. Todas as etapas seguem princípios e regras para que a análise de conteúdo seja de fato realizada e atenda aos objetivos da pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa a fim de atender aos objetivos propostos no trabalho. Primeiramente, com a apresentação do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó, as empresas participantes, influência e como acontece o trabalho junto aos nucleados. Posteriormente, os tópicos de apresentação das práticas ambientais realizadas pelas entidades participantes do Núcleo, práticas sociais realizadas pelas entidades do Núcleo, seguido das sugestões e melhorias para as práticas das organizações a partir do NSC.

4.1 O NÚCLEO E SEU IMPACTO NAS PRÁTICAS SOCIAIS E AMBIENTAIS DE SEUS ASSOCIADOS

Por iniciativa do empresário Nelson Akimoto com apoio de outros empresários e por interesse geral do empresariado, o Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó iniciou suas atividades em Março de 2016 e é composto atualmente por 14 empresas da Cidade dos mais variados segmentos – entre eles alimentos, segurança, saneamento, tratamento de resíduos, assessoria empresarial, além de profissionais autônomos.

Salienta-se que o referido Núcleo tem como objetivo principal auxiliar as organizações que o compõem a serem economicamente viáveis, socialmente justas e ecologicamente corretas (FACISC, 2016). O Núcleo tem como missão “estruturar e proporcionar boas práticas de sustentabilidade para o desenvolvimento econômico, ambiental e social da comunidade, por meio do conhecimento e o uso de estratégias para a construção de um mundo melhor”. Sua visão é “tornar-se fonte de conhecimento para o desenvolvimento sustentável da comunidade regional” e seus valores são: respeito, ética, responsabilidade, comprometimento elevado e integridade.

Atualmente, o Núcleo é composto por uma coordenadora, um vice coordenador e o responsável pelo financeiro, como mostra o organograma na Figura 2.

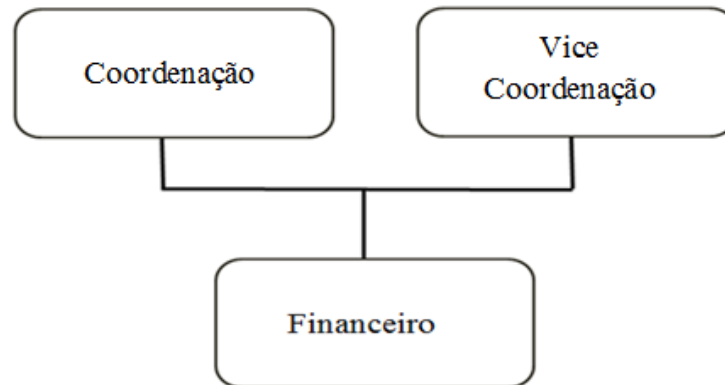


Figura 2 – Organograma
Fonte: Própria, 2018.

Os encontros do Núcleo ocorrem mensalmente na primeira segunda-feira de cada mês, nas dependências da ACIC (Associação Comercial e Industrial de Chapecó) em Chapecó. Inicialmente, os encontros contavam com até cinco horas, o que fez com que nem todas as empresas pudessem estar presentes e participando, devido à disponibilidade de tempo de cada uma. Posteriormente em 2018, os encontros passaram a ter duas horas de duração, com pauta previamente estipulada para garantir que mais organizações possam participar. Atualmente das 14 empresas participantes, em torno de 10 participam de todos os encontros. Quanto as faltas, as entidades afirmam acontecer por choque de horários e viagens a trabalho. Com a readequação do tempo dos encontros, a participação por parte das empresas foi mais facilitada, como afirma o Entrevistado 3.

“Como foi dado uma readequada nos horários to conseguindo ir mais. Por que o que que acontece, antes, até ano passado, eram feitos encontros de 4 horas, a tarde toda. E que nem eu disse, a gente que é empresa pequena meu Deus do céu, tu vai porque você sente essa necessidade de contribuir um pouco, mas você não da conta” (Entrevistado 3).

As atividades realizadas são compostas por capacitações, treinamentos, encontros, reuniões, apresentações de *cases* e sensibilizações aos empresários, compartilhando experiências e conhecimento através de demonstrações aos participantes.

As entidades participantes do Núcleo possuem diferentes ramos de atuação, número de funcionários e regiões de atuação. As organizações não são apenas empresas, participam também autônomo, ONG e Fundação. O perfil de cada organização entrevistada pode ser observado no Quadro 4:

Quadro 4 – Perfil das Organizações pesquisadas no NSC

Perfil das Empresas Participantes do NSC						
Nome	Ramo de Atuação	Município e Região de Atuação	Idade da Entidade	Número de Filiais	Número de Funcionários	Representada na pesquisa por
CETRIC – Central de Tratamento de Resíduos Sólidos Industriais	Tratamento de resíduos industriais e domiciliares	Sul do País, sudeste de MG, RJ e SP	17 anos	20 filiais e 3 aterros	367	Entrevistado 7
FCTER – Fundação Científica e Tecnológica em Energias Renováveis	Energias renováveis com foco em sustentabilidade	Oeste de SC até Vale do Rio do Peixe	5 anos	-	1	Entrevistado 5
Fibratec Engenharia	Engenharia	Território Nacional e parte da América Latina	31 anos	-	100	Entrevistado 8
Inviolável Segurança	Segurança e monitoramento	Santa Catarina	34 anos	5	600 diretos e 200 indiretos	Entrevistado 6
Scussel Verduras	Alimentício hortifrúti	Chapecó e região	22 anos	1	25	Entrevistado 3
SOS Sustentar	Marketing Socioambiental	200 municípios em SC	10 anos	-	Em torno de 70	Entrevistado 2
Unochapecó – Universidade Comunitária da Região de Chapecó	Educação	80 municípios, em sua maioria SC	16 anos	-	1000	Entrevistado 4
Verde Vida Programa Oficina Educativa	Educação e meio ambiente	Chapecó	24 anos	-	Em torno de 80	Entrevistado 1

Fonte: Própria, 2018.

Como pode-se observar no Quadro 4, as empresas tem diferentes ramos de atuação, desde educação, segurança, engenharia, alimentício, energias renováveis, entre outros. Este é o primeiro Núcleo da ACIC que é multi setorial, ou seja, trata de um tema e não do setor das organizações, diferente dos demais. Algumas organizações com mais tempo de atuação, maior número de funcionários e filiais, outras mais recentes e com menor número de colaboradores. A maioria destas empresas foi convidada a participar do Núcleo e iniciaram com ele em sua fundação. Seu ponto em comum é a preocupação com a sustentabilidade e o interesse pelo tema, além de demonstrarem iniciativas na área.

Quando questionadas sobre a visão de cada uma sobre sustentabilidade, percebeu-se que todas entendem a importância do tema, a importância de integrar o tema à gestão das empresas, além da abrangência do assunto e sua conceituação, como se pode observar pela fala dos entrevistados.

“Eu acredito que ela tem uma visão holística do que é a sustentabilidade, que ela não pode ser observada só em um determinado ponto e as ações que ela tem é justamente abranger todas as entidades que fazem parte dela né” (Entrevistado 5).

“Ali a gente tem três pernas, a gente tem o social, que é o que eu trabalho, o econômico e o ambiental. Sim, a gente tem os três setores na verdade [...] E a sustentabilidade é uma sinergia a gente fala né, tem que olhar ao redor, tem que olhar o funcionário...” (Entrevistado 1).

“Querendo ou não já estamos inseridos no contexto da sustentabilidade, mas pra muitas empresas que hoje estão no mercado tudo é novidade né, e a própria palavra sustentabilidade abrange muitas coisas” (Entrevistado 7).

Inicialmente, o NSC ofereceu capacitações sobre o tema sustentabilidade, nivelando conhecimento entre os empresários e levando até eles os diversos conceitos e áreas que a temática abrange, além de como isso pode ser usado no dia a dia e nas empresas. Através da troca de experiências realizadas e apresentação dos *cases* das empresas, surgem ideias para a realização de novos projetos a serem implantados nas organizações, cada projeto respeitando suas particularidades e o nível de engajamento de cada membro.

Durante a capacitação ou nivelamento de conhecimento, são abordados aspectos como o tripé da sustentabilidade, o que é sustentabilidade, sustentabilidade aliada ao planejamento estratégico, missão, visão e valores da empresa. A partir deste nivelamento, as ações começam nas empresas de acordo com o conhecimento e possibilidades de implementação, como afirma o Fundador do Núcleo:

“A gente tem feito as visitas às empresas [...] conhecer os projetos que cada uma desenvolve. A gente vai com a visão já que a gente já teve na capacitação. Então isso porque o primeiro foco é a própria empresa, o que eu estou fazendo dentro da minha empresa. Vimos vários cases já, empresas que implantaram no desenvolvimento estratégico, ou tinham a missão e foi revista a missão com novos conceitos, né. Então acho que isso que é o bacana. Quer dizer, não é parar a empresa, é achar os conceitos e vai adequando esta metodologia de novos conceitos à nova gestão da empresa, então com isso a empresa começa a aplicar isso né [...]. Há um amadurecimento que vai ocorrendo em cada um. Uns mais, outros menos, o que é natural né, então depende também do nível de envolvimento das empresas (Fundador do NSC).

A capacitação realizada pelo Núcleo é um dos projetos realizados em conjunto com os empresários. Os temas propostos para as capacitações realizadas em 2018 são: Capacitação 1 – Sustentabilidade e planejamento estratégico; Missão e visão; Código de conduta. Capacitação 2 – Análise SWOT, mapeamento de partes interessadas. Capacitação 3 – Apresentação de cases de duas empresas já participantes do NSC. Capacitação 4 – Indicadores e relatórios de sustentabilidade. Capacitação 5 – Monitoramento, avaliação, desempenho, reconhecimento. Capacitação 6 – Organismos vinculados a sustentabilidade. Capacitação 7 – Ambiental sobre recolhimento de resíduos.

Observa-se que os temas são propostos e aprovados pelos membros e que possuem sempre relação com o contexto estratégico e operacional das organizações, o que vai ao encontro com o que propõe Coral (2002); Aligleri (2009); Werbach (2010) e Tachizawa (2011).

O planejamento para as capacitações é apresentado na reunião mensal e seus módulos são divididos para que sejam ministrados pelos membros já participantes, de acordo com o conhecimento e especialização. Estas capacitações, conforme dois entrevistados, auxiliam na visão sobre a parte técnica e de implantação da responsabilidade socioambiental nas empresas, seguindo o seu tripé, que não envolve apenas o aspecto ambiental e social, mas também o aspecto econômico:

“Influenciou que eu também não posso só pensar em ser sustentável né, tem que saber ampliar essa ferramenta ao dia a dia administrativo, porque, pra manter, uma administração tem que ser bem feita né aliada com a sustentabilidade” (Entrevistado 1)

“Eu vejo que a gente aprendeu muito lá na questão mais técnica, vou dar um exemplo assim: eles apresentaram por exemplo relatórios de relato socioambiental. Na verdade, então, a forma de a gente relatar as nossas atividades nesse relatório, que eles usam até um relatório GRE. Então a gente aprendeu bastante ali. A gente sempre foi na prática de ir lá no campo e fazer as ações e tal, e quando chegava na hora de apresentar essas ações o relatório ajudou a gente a organizar essas informações” (Entrevistado 2).

“[...] Vem trazer também melhorias nesses outros pilares né, por exemplo a própria questão econômica da empresa, a questão da organização, foi revisto através das informações repassadas pelo Núcleo, do treinamento repassado pelo Núcleo na questão da missão, visão, valores, análise SWOT, análise de stakeholders, as capacitações. Então tudo isso a gente participou desde o início e então foi uma crescente e veio a trazer benefícios também nessas áreas administrativas da empresa né” (Entrevistado 6).

Outra ação que é rotineiramente acompanhada e apoiada pelo NSC é o “Projeto Maria Leite”, realizado no distrito de Marechal Bormann em Chapecó. O projeto tem como objetivo desenvolver o Distrito, identificando as demandas dos empresários locais e da comunidade na área social na Região. O Projeto iniciou-se com o estudo para que sejam desenvolvidas ações para a comunidade local, voltadas à dança, cultura, esporte e música. Seu objetivo é auxiliar no combate à violência e à exclusão social no Distrito.

Outro projeto em comunidades carentes é o “Projeto Parque Verde Vida”, que visa apoiar e contribuir com o desenvolvimento do programa Verde Vida, através de um projeto de instalação de campo de futebol e pista de atletismo próximo a sede do programa, no bairro São Pedro.

O “Projeto Mercado Público”, que veio para ser estudado no Núcleo através de um membro, visa fomentar o desenvolvimento dos produtores da região para abastecimento e fortalecimento do Mercado Público em Chapecó. Em fase de estudos iniciais, uma das iniciativas do projeto é fomentar aos produtores rurais da região uma nova atividade econômica em sua propriedade. Esta poderia ser de uma qualidade diferente de frutas, verduras, hortaliças e outras culturas que não comprometessem a produção de suínos, aves e leite, presentes na maioria das propriedades da Região. Desta forma, o projeto seria em parceria com Universidades, onde cada propriedade seria estudada e então seriam apresentadas as opções de outras atividades econômicas possíveis para incrementar a produção. Pensado em longo prazo, com o fomento das propriedades rurais na região, os supermercados, fruteiras, Mercado Público e consumo geral de Chapecó e região poderia ser abastecido por produtores locais, fomentando a economia local sem precisar trazer de outras cidades e até estados os itens de hortifrúti consumidos aqui. A proposta é exemplificada pelo Entrevistado 3:

“A gente tem muito agricultor na nossa região, que o pessoal tá lá produzindo frango, produzindo leite, produzindo porco, e eles não enxergam que eles podem ter outra possibilidade na atividade pra agregar uma renda a mais. Tão lá a 30, 40 anos produzindo aquele item né, e acham que se eles fazer outra coisa eles vão quebrar. Tem que estas instituições, [...] a Universidade começar a mostrar: não, nós estamos com uma deficiência de tal produto ou de tal produto e chegar pra estes produtores e apresentar, ó, você pode além desta atividade, você pode tá fazendo essa outra. Você pode agregar, incrementar na tua renda um percentual né, mas precisa este tipo de coisa [...]Então é uma forma de sustentabilidade né, você ajudar a pensar num desenvolvimento local e num desenvolvimento regional.”
(Entrevistado 3).

Como uma forma de incentivo e divulgação da sustentabilidade, foi pensado o projeto de uma premiação para reconhecer as empresas pelas boas práticas de sustentabilidade, onde estas empresas são separadas por categorias e apresentam os *cases* aplicados em cada uma delas. Este “Projeto de Reconhecimento” está sendo elaborado e a primeira premiação é prevista para o ano de 2019.

O Núcleo tem também como objetivo ampliar o número de nucleados, resgatando os que não frequentaram mais as reuniões e convidando novas empresas para participar. Para isso, promoveu no início do ano de 2018 uma palestra sobre Sustentabilidade na ACIC, onde foi apresentado aos empresários participantes o Núcleo de Sustentabilidade e feito o convite a participar.

Quando questionados sobre em qual área dos três pilares está a maior parte dos projetos realizados em conjunto com as empresas, a Coordenadora e o Fundador do Núcleo afirmam estar mais presente na área social, apesar da necessidade de se ter um equilíbrio entre os pilares:

“Hoje tá mais social né” (Coordenadora)

“É, na verdade não seria, deveria ter o equilíbrio. O que a gente busca é o seguinte, a gente já tá no meio das pessoas, o que precisa é vincular o econômico com o social e o ambiental. O econômico é sobrevivência, se o cara perder o foco disso aí ele não vê os outros lados. Então sempre a gente coloca isso aí, olha o seu negócio, né. Agora, a forma de fazer o negócio. A sustentabilidade é fazer o negócio correto, né, tem a questão de conduta e questão de ética, isso aí é tudo parte da sustentabilidade, e a gente frisa muito esse aspecto. O ambiental e social tem que ser feito em conjunto, então por isso a gente quer fazer esse case no Bormann pra conhecer todos os vetores. A gente começou no social no sentido de já estar desenvolvido e é por onde engaja mais as pessoas. Mas pra uma empresa, ou pra uma comunidade que seja, é o equilíbrio das partes. Não vou fazer uma e depois eu faço a outra e depois eu faço outra, não. Tem que fazer todas ao mesmo tempo” (Fundador).

A partir dos ensinamentos e apresentação dos *cases* nas empresas que participam no Núcleo, os projetos são personalizados e adaptados em cada empresa, respeitando seu ramo de atuação, atividade e disponibilidade de implantação, como afirma o fundador do NSC e os entrevistados:

“Aí é feito por empresa, cada empresa faz o seu. Cada um dentro do seu nível de evolução. A gente é vir aqui e capacitar, aí cada um vai na empresa e pratica” (Fundador do NSC).

“A gente tem uma das atividades dentro do núcleo que é a cada tanto tempo as empresas acabam discutindo as práticas que fazem dentro das suas empresas né. Então a gente apresenta a empresa. Um tempo atrás bem no início foi apresentado cada empresa e cada dia tinha uma empresa que se apresentava, e aí ela colocava as boas práticas. O legal disso é que muitas vezes a gente acaba disseminando uma prática que a gente faz e que é uma prática super básica e corriqueira né, e aí as outras empresas conseguem visualizar e aprimorar dentro das próprias empresas né. É aquele trabalho de formiguinha mas que se todo mundo se conscientizar um pouquinho no final da um montão” (Entrevistado 8).

“Entra também aquela parte de troca de conhecimento porque ali dentro o que que acontece, tem pessoas de empresas grandes, de empresas médias, de empresas pequenas, com pensamentos e ideias diferentes que o pessoal vai tudo ali, você vai prestando atenção e aquilo que você acha interessante você vai absorvendo e você vai implantando pra tua aquilo. Ah, isso eu consigo melhorar, isso pode ser mudado, e assim por diante” (Entrevistado 3).

Quanto à importância do Núcleo para as organizações, todas as empresas entrevistadas concordam que o Núcleo é importante para o trabalho de sustentabilidade junto a comunidade e as empresas, levando o conhecimento e incentivando que as práticas continuem, sejam cada vez mais frequentes e divulgadas para que outras empresas sejam incentivadas a ter o olhar sustentável em sua gestão, como afirmam os entrevistados.

“O Núcleo é o que nos mantém vivos pra não esquecer aquela raiz daquela sustentabilidade. Então a gente se encontra mensalmente e mensalmente é discutido e retorna ações. As vezes da um estalo na reunião de fazer alguma outra ação. Então acho que o principal benefício do núcleo é não deixar cair no esquecimento da sustentabilidade nas nossas rotinas do dia a dia e também compartilhar” (Entrevistado 8).

“No momento que a gente vive né, com as crises ambientais, algumas crises sociais, então é importante que as empresas tragam pra sua gestão estratégica a preocupação com estes temas. E que compreenda que fazer ou desenvolver práticas sustentáveis precisa ser um jeito de fazer negócio, né, não é um ato isolado ou uma campanha isolada, não. Sustentabilidade é um jeito de desenvolver os seus negócios. Então, toda a empresa, toda a instituição, independente do seu porte, do setor que ela atua, ela pode e deve inserir essa temática dentro da sua gestão estratégica, né. Então o papel do Núcleo de Sustentabilidade da ACIC é de fazer com que este conceito seja disseminado em todas as entidades que atuam aqui no âmbito de atuação da Associação Comercial e Industrial né. Então nós temos um papel bastante relevante digamos assim na disseminação da ideia e na incorporação destas ideias na governança das entidades” (Entrevistado 6).

As organizações pesquisadas costumam divulgar as práticas de Responsabilidade Socioambientais realizadas e usá-las no marketing da empresa, proporcionando assim maior visibilidade de sua marca, como mostram as falas dos entrevistados. Essa divulgação acontece junto à marca da empresa, no site da organização e em seus materiais publicitários. Quando as ações acontecem em parcerias, são divulgadas as empresas que participam e apoiam a iniciativa.

“A gente utiliza isso e inclusive está no nosso site no conheça a empresa. Tem algumas práticas lá relacionadas. Mas aonde a gente pode estar aproveitando isso a gente com certeza divulga” (Entrevistado 8).

“A gente utiliza isso como uma ferramenta, como um marketing pras pessoas e pros clientes enxergarem estas ações. Porque digamos assim, o cliente tem duas opções: ir no mercado e comprar de uma empresa normal e tem a opção de comprar de alguma empresa que ta se demonstrando ser interessada em alguma coisa, por pequena que ela seja, mas é uma contribuição que ela busca ter né. Então muitas vezes isto impacta pro consumidor. [...] Porque automaticamente a empresa conseguindo criar um marketing, conseguindo desenvolver, conseguindo crescer, conseguindo se capitalizar, ela sobra mais recursos pra contribuir em situações que tenha necessidade” (Entrevistado 3).

Outros entrevistados ainda enxergam o retorno financeiro de suas práticas em marketing, como pode se observar em outras falas:

“Assim, direto não. Tem a questão do marketing né, da disponibilidade da visualização da marca. [...] a gente acaba expondo a marca né, mas a gente não visa o retorno financeiro direto” (Entrevistado 6).

“Existe um retorno social e também querendo ou não envolvendo o marketing da empresa né, da imagem da empresa” (Entrevistado 7).

Para os entrevistados o marketing é uma das maneiras da empresa ganhar financeiramente com as práticas realizadas, especialmente no sentido de dar maior visibilidade a marca.

A maioria das ações não tem seu impacto financeiro mensurado. Nas ações de natureza ambiental há impacto principalmente na redução de custos e despesas na questão do reaproveitamento e economia de materiais. As ações sociais são mais complexas de serem mensuradas financeiramente.

4.2 PRÁTICAS AMBIENTAIS APRESENTADAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS

As práticas ambientais realizadas pelas empresas são variadas, porém algumas empresas utilizam práticas em comum. A maioria destas práticas concentra-se em economia de água e materiais, tratamento de resíduos e reaproveitamentos conforme pode-se observar no Quadro 5.

Quadro 5 – Práticas Ambientais realizadas pelas empresas pesquisadas no NSC

Organização	Prática	Descrição da Prática	Objetivo	Período que iniciou
CETRIC	Separação de Resíduos	Destinação correta dos resíduos da empresa.	Reciclagem.	2010
	Captação da Água da Chuva	Captação da água em reservatórios.	Economia e reaproveitamento da água.	
	Tratamento de efluentes: Chorume	Chorume limpo e reutilizado como água na lavagem dos caminhões e containers da empresa.	Reaproveitamento da água.	
FCTER	Horta Modular	Em parceria com a Unochapecó, consiste na criação de hortas em pequenas áreas, como no quintal de casa ou em um apartamento, até em um grande espaço para produção.	Produção de alimentos orgânicos, evitar a contaminação do meio ambiente.	Não soube identificar
	Filtro Lento	Em parceria com a Universidade Federal da Fronteira Sul. Um professor da Universidade desenvolveu este filtro, que é utilizado para filtrar água de fontes naturais e usá-la nas propriedades sem a adição de qualquer química, como o tratamento com o cloro.	Tirar contaminações da água em até 99% para uso na indústria leiteira, produção de queijos e outros usos em propriedades rurais.	Não soube identificar
	Seminário Internacional em Energias Renováveis	Abrange conhecimento, cultura, inovação e conscientização sobre o tema. A frequência do Seminário é anual.	Conscientização sobre energias renováveis.	2017
Fibratec Engenharia	Captação da água da chuva	100 mil litros de água captados em dois reservatórios. Utilizada para lavar os barracões, peças e maquinários da fábrica.	Economia e reaproveitamento da água.	Não soube identificar
	Tratamento de esgoto	A fábrica e escritório da empresa possuem o sistema de tratamento.	Limpar a água antes de devolvê-la ao meio ambiente.	
	Separação de resíduos	O que pode ser reciclado ou reutilizado é vendido, o valor arrecadado volta aos funcionários em forma de benefícios e melhorias para os colaboradores.	Reciclagem.	

	Redução no uso de copos plásticos	Campanha realizada internamente para que cada colaborador reutilize sua garrafa da água ou xícara.	Diminuir a produção de lixo.	
	Otimização no uso dos veículos	Em feiras, onde todos os funcionários utilizam o mesmo veículo para deslocamento. Se otimiza a saída dos caminhões de entrega de produtos que levam junto o material utilizado nas feiras sem a necessidade de deslocar mais veículos exclusivamente para levar os materiais.	Redução da emissão de carbono.	
	Aproveitamento na estrutura de montagem no espaço da empresa em feiras	Material para a estrutura do stand é sempre reutilizado.	Reaproveitamento de materiais.	
	Campanhas internas	Campanhas oferecidas aos colaboradores com palestrantes ou catadores. Estas campanhas acontecem uma vez ao ano.	Conscientizar sobre a produção de lixo e destino correto de resíduos.	
	Aquecimento da água do escritório com energia solar	Pontos do escritório com água aquecida pela energia solar.	Utilização de energia renovável.	
Inviolável	Plantio de árvores	Ação pontual em parceria com a empresa SOS Sustentar.	Reflorestamento.	Não soube identificar
	Destino correto para lixo eletrônico	Em parceria com a ONG Verde Vida, destina-se corretamente o lixo eletrônico.	Evitar danos ambientais como a contaminação.	
	Disponibilização de material para a ONG Verde Vida	Disponibilização do material reciclável para a ONG.	Reciclagem.	
Scussel Verduras	Reflorestamento e preservação de nascente	Ação em conjunto com a empresa SOS Sustentar na preservação de nascente na área de uma de suas hortas.	Preservação.	2013
	Cuidado no uso de embalagens na produção	Atenção no uso de embalagens para que não haja perdas e desperdício de material.	Redução da produção de resíduos.	Desde sua fundação - 1996
SOS Sustentar	Coleta de óleo	Cisternas para coleta de óleo para posteriormente recicla-lo.	Reciclagem.	Não soube identificar
	Uso da agroecologia nos projetos de tratamento de plantas e animais	Produção orgânica, para que quem manipula os alimentos não tenha contato com venenos e para que o alimento chegue saudável aos consumidores. Através destas técnicas agroecológicas a empresa consegue diminuir o custo de produção em seus projetos, além de aumentar a produção.	Produção de alimentos orgânicos, evitar a contaminação do meio ambiente.	Desde sua fundação - 2008
	Compostagem	Utilização de adubo orgânico.		2016
	Contribuição na	A empresa ajudou na		2016

	Horta Comunitária da ONG Verde Vida	implementação da horta e fornece assistência técnica voluntária aos projetos realizados junto à ONG.		
Unochapecó	Redução no uso de copos plásticos e no uso de papel	Cultura de redução na utilização de copos plásticos e de não impressão de material.	Redução da produção de resíduos.	
	Tratamento de Reagentes	Reagentes químicos são armazenados, utilizados e destinados corretamente.	Diminuição do risco de contaminação.	2011
ONG Verde Vida	Reciclagem	Utiliza-se da reciclagem de materiais para se tornar sustentável e realizar suas atividades no Pilar Social.	Reciclagem.	Desde sua fundação - 1994
	Horta Comunitária	A Horta produz alimentos orgânicos para o programa, além de ter sua produção vendida à comunidade por um preço reduzido.	Produção de alimentos orgânicos, evitar a contaminação do meio ambiente, fornecer alimentação saudável com baixo preço aos moradores da comunidade.	2016

Fonte: Própria, 2018.

Através das práticas apresentadas pelas empresas, podem-se observar como algumas práticas estão presentes em mais de uma entidade e são relativamente simples de serem implantadas nas empresas, como é o caso da conscientização na utilização de materiais como o plástico e a diminuição das impressões, diminuindo o uso do papel. Além de impactar na economia e redução de custos da empresa, ambientalmente falando o impacto seria grande se todas as empresas tivessem consciência no uso dos materiais.

Outra prática recorrente é a de economia da água, reutilização da água e captação da água da chuva. Pelo porte das empresas, pode ser uma prática incentivada e percebida em maior número. Diferentemente do estudo de Ecker *et al.* (2015), que constatava o grande número de empresas que não tinham iniciativas no uso consciente da água, nas empresas pesquisadas neste trabalho a economia e uso consciente da água é uma prática recorrente. O mesmo estudo mostra a forte conscientização no uso de energia, que nas empresas do Núcleo está presente com o uso das energias renováveis.

A maior parte destas ações acontece diariamente, como no caso da economia de água, separação de resíduos, tratamento de esgoto, diminuição na utilização do plástico, reciclagem

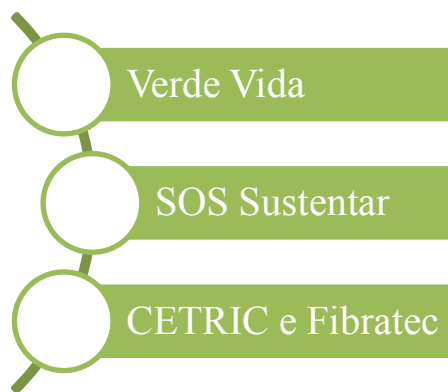
e tratamento de reagentes. Outras ações possuem suas particularidades e acontecem semanalmente e mensalmente.

Observa-se também em algumas organizações as práticas possuem relação com a sua atividade de atuação. Isto acontece, no caso da CETRIC, que tem como atividade o tratamento de resíduos industriais e domiciliares, na FCTER, que tem seu foco em projetos na utilização de energias renováveis, na Fibratec Engenharia, que tem como uma de suas atividades soluções em tratamento de efluentes, água da chuva e potável, na SOS Sustentar, que tem em sua atividade os projetos de desenvolvimento sustentável a longo prazo e na ONG Verde Vida, que se utiliza da reciclagem para manter as atividades da instituição.

No caso específico da SOS Sustentar, é possível inclusive por meio de seu Relatório Socioambiental de atividades quantificar o impacto de cada prática ambiental. Entre os dados do Relatório Socioambiental da SOS Sustentar do ano de 2016 pode-se constar que mais de 170 mil árvores foram plantadas no estado desde o início das atividades ambientais realizadas pela empresa, mais de 5 mil fontes preservadas direta e indiretamente, mais de 18 mil pessoas capacitadas em ações de preservação ambiental e 680.100 m² de mata ciliar protegida com o apoio de agricultores. Ressalta-se que esta prática de divulgação ambiental é fundamental e recomendada para todas as organizações que interagem com o meio ambiente conforme Domenico *et al.* (2015).

As empresas que possuem o eixo ambiental mais aliado à estratégia de negócio podem ser representadas segundo a Figura 3.

Figura 3 – *Ranking Ambiental*



Fonte: Própria, 2018.

A ONG Verde Vida é completamente sustentável, seguida pela empresa SOS Sustentar, que inclusive fatura com suas práticas ambientais.

Salienta-se que algumas empresas mencionam projetos futuros, no sentido de alinhar suas práticas ambientais a suas estratégias de negócio. A FCTER busca a implementação de

cursos sobre energias renováveis, a Scussel Verduras pretende investir na infraestrutura hidráulica atual para aproveitamento da água da chuva e utilização desta água na limpeza do piso da empresa.

Percebe-se a partir dos dados que as empresas entrevistadas têm consciência da importância de suas práticas ambientais e do impacto que elas tem, mesmo que por vezes inicialmente pequeno, mas que se cada empresa implantasse na cidade, por exemplo, o impacto seria significativo. As empresas têm a consciência de cada uma realizar a sua parte, arcar com a responsabilidade da atividade de sua empresa no meio ambiente.

O uso consciente de materiais, reciclagem e reutilização, corroboram com os exemplos que Coral (2002) afirma que são práticas ambientais e devem estar presentes na estratégia da empresa. Parte das práticas vistas neste tópico remete ao estudo de Froehlich e Bitencourt (2016), como reciclagem, coleta seletiva, tratamento de efluentes, utilização de resíduos, além de campanhas de conscientização e fóruns.

Como já afirmava Cavalcanti (2009), não se podem pensar as questões ambientais sem dar à devida atenção às causas sociais. Assim, percebeu-se que em parte das empresas o pilar social está muito mais presente, possivelmente pela maior visibilidade e impacto percebido em menor prazo do que práticas ambientais. A seguir, apresentam-se as práticas sociais apresentadas pelas empresas.

4.3 PRÁTICAS SOCIAIS APRESENTADAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS

Entre as práticas sociais identificadas nas empresas, assim como no pilar ambiental, algumas se repetem. São elas principalmente o incentivo à educação e ao esporte, como pode ser visto no Quadro 6.

Quadro 6 - Práticas Sociais realizadas pela empresas pesquisadas no NSC

Organização	Prática	Descrição da Prática	Objetivo	Período que iniciou	Público Alvo
CETRIC	Escolinha de Futebol da CETRIC.	Atende atualmente 58 crianças. Toda segunda-feira e quarta-feira aula de futebol acompanhada por um profissional de educação física. Já passaram pelo programa mais de 400 crianças.	Inclusão Social, incentivo ao esporte.	2012	Comunidade e filhos dos colaboradores da empresa.
FCTER	Parceria com o Programa Viver	Projeto municipal de cunho Social que atende anualmente 100 crianças e adolescentes	Inclusão Social, incentivo	Não soube identificar	Crianças e adolescentes

		através de atividades educativas, culturais e recreativas. A parceria com a fundação acontece no Seminário realizado pela FCTER, onde as crianças e pessoas que ali trabalham são incentivadas a apresentar seus trabalhos e as atividades realizadas.	à educação .		
Fibratec Engenharia	Escolinha de Futebol Fibraleão	Em torno de 40 alunos são atendidos e não há custo para a participação, apenas é cobrada a apresentação de boletim e frequência escolar. Os alunos são incentivados a ter boas notas, frequência e bom comportamento na escola.	Inclusão social, incentivo ao esporte.	1992	Crianças da comunidade.
	Parcerias com outras instituições	Entre as parcerias que a empresa tem com outras instituições, destacam-se a com a APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais), onde a empresa colabora anualmente com doações. Outra ação relatada em parceria com a entidade foi no último ano da organização em conjunto da festa junina da APAE para arrecadar fundos para a Associação. As outras parcerias estão na participação com o NSC, Fórum de Resíduos de Chapecó, Bacia do Lageado São José e Sociedade Amigos de Chapecó.	Participar de outros projetos sociais além dos realizados pela empresa.	Não soube identificar	Comunidade em geral.
	Parceria com projetos de Universidades	A instituição fornece seu espaço e as demandas necessárias aos acadêmicos que precisam desenvolver trabalhos diversos. Sede aos acadêmicos o seu espaço da unidade fabril para realização de testes e experimentos.	Incentivo à educação .	Não soube identificar	Estudantes.
Inviolável	Parcerias com Instituições de Chapecó	GAPA (Grupo de Apoio e Prevenção a Aids), ADEVOSC (Associação de Deficientes Visuais do Oeste de SC), CAPP (Centro Associativo de Atividades Psicofísicas Patrick) e outras entidades. A parceria acontece quando a empresa faz trabalho voluntário ou então disponibiliza a mão de obra gratuita e vigilantes para os eventos. A organização contribui ainda com o Programa Viver como mantenedora. Nas campanhas do agasalho fornece os veículos que coletam o material.	Participações em projetos sociais externos à organização.	Não soube identificar	Comunidade em geral.

	Campanha de doação de Sangue	Uma vez ao mês, realiza campanhas de doação de sangue ao HEMOSC (Centro de Hematologia e Hemoterapia de SC) e os colaboradores podem utilizar o horário de expediente para a doação.	Incentivo à doação de sangue.		Colaboradores.
Inviolável	Projeto Caminhada Segura	Incentivo a caminhada e ao exercício físico com os colaboradores.	Incentivo à qualidade e de vida.	Não soube identificar	Colaboradores.
	Projeto Dedicção à Risca	É feito corte das notas escolares e premiadas as melhores notas.	Incentivo à educação.		Filhos dos colaboradores.
	Projeto Desenhando	Desenhos com temas relacionados a sustentabilidade que mais se destacaram foram premiados. Realizado em parceria com a Secretaria da Educação e Prefeitura de Chapecó. Atingiu mais de 10 mil crianças no estado.	Incentivo à educação e à sustentabilidade.		Crianças.
Scussel Verduras	Parceria com produtores	Produção das Verduras, frutas e hortaliças. Quando a empresa tem pedidos que excedem sua produção, compra de outros produtores para revender. Ainda colabora com os produtores que produzem mas não fazem a parte comercial ou de venda. Estes produtores levam seus produtos até a empresa que faz a higienização e embalagem para vender.	Incentivo ao desenvolvimento regional, melhora da qualidade e de vida no campo.	Desde sua fundação - 1996	Produtores de verduras, frutas e hortaliças.
SOS Sustentar	Capacitações	Capacitações periódicas e de temas diversos em diferentes comunidades e escolas, por meio de palestras.	Incentivo à educação.	Não soube identificar	Comunidade em geral.
	Projeto Novos Horizontes	O projeto visa melhorar o dia a dia das participantes através de palestras, ações e atividades práticas que fomentam alternativas de renda, além de proporcionar o fortalecimento de vínculos familiares e melhora da autoestima. O grupo já estudou sobre motivação, saúde da mulher, receitas de alimentos integrais, plantas medicinais, oficinas de artesanato, solo e produção orgânica. Participam deste projeto 16 mulheres. Os encontros são bimestrais e acontecem na cidade de São Miguel do Oeste – SC.	Incentivo à educação.	2015	Mulheres Agricultoras.
Unochapecó	Bolsas de Estudo	Seis mil bolsas por ano, sendo três mil bolsas por semestre.	Incentivo à educação	Desde sua fundação - 2002	Comunidade carente.

	Apoio ao esporte	Bolsa esporte, que no último semestre de 2017 foi oferecida a 120 alunos. Nesta modalidade, alunos carentes que não tem como pagar uma Universidade mas praticam esporte entram na Unochapecó e conseguem a bolsa de estudos para, entre outros, o curso de Educação Física. A retribuição à Universidade acontece com o bom desempenho e dedicação do aluno. Apoio ao futsal feminino, futsal masculino e mais de 20 modalidades de esporte amador.	Incentivo ao esporte		Alunos carentes que participam e se destacam em modalidades esportivas.
	Centro de Atendimento a Comunidade	Atendimentos na área de cidadania oferecidos pelos cursos de Direito, Psicologia e Serviço Social. Estes atendimentos são realizados nestas áreas para pessoas que não tem como pagar ou tem acesso precário a estes serviços, garantindo a elas seus direitos. As pessoas atendidas são de Chapecó e cidades vizinhas.	Inclusão social, cidadania	Não soube identificar	Comunidade carente.
	Projeto Sorriso para a Vida	Realizado por estudantes da instituição, oferece apoio e suporte psicológico para crianças e adolescentes em situação de hospitalização e tratamento oncológico dentro do Hospital Regional do Oeste em Chapecó.	Inclusão Social	2001	Crianças e adolescentes em situação de hospitalização.
ONG Verde Vida	Desenvolvimento de crianças e adolescentes	Com o dinheiro da venda de materiais recicláveis, a ONG resgata adolescentes em situações de vulnerabilidade e promove o desenvolvimento de seus potenciais e talentos, promovendo a autonomia e cidadania destes adolescentes. No ano de 2018 são 120 adolescentes atendidos com idade entre 12 a 17 anos, 60 no período matutino e 60 no vespertino.	Inclusão social.	Desde sua fundação - 1994	Adolescentes em situação de vulnerabilidade em uma comunidade carente de Chapecó.
	Oficinas Socioeducativas	São elas: Violino, futebol, artesanato, desenho, manicure, teatro, reforço escolar, atendimento psicológico, circo, informática, dança, percussão, violão e xadrez. Estas oficinas promovem além do conhecimento específico, a convivência educadora, melhora da autoestima, equilíbrio emocional, fortalecimento de vínculos, cidadania e autonomia	Educação, inclusão social.		

		dos jovens.			
	Encaminhamento ao mercado de trabalho	Depois de ser considerados aptos e participar das oficinas, os adolescentes são encaminhados ao mercado de trabalho.	inclusão social.		

Fonte: Própria, 2018.

Como se pode perceber, as entidades atuam com suas práticas no eixo social através da educação, incentivo ao esporte e desenvolvimento das pessoas. Werbach (2010) já afirmava que estas questões, entre outras, influenciam por completo a sociedade.

As ações percebidas em maior número nas empresas estudadas acontecem no pilar social, assim como no estudo de Domenico *et al.* (2015) onde a área social fica com o maior número de investimentos e práticas realizadas.

Nas práticas sociais, assim como nas ambientais, não se percebe a relação entre a atividade de atuação da empresa e as práticas apresentadas. No caso da empresa Scussel Verduras, esta usa das parcerias com os produtores em sua atividade econômica; Unochapecó, que por ter caráter filantrópico no eixo social tem suas práticas maiores voltadas ao pilar social e ONG Verde Vida, que existe para proporcionar aos adolescentes em situação de risco de uma comunidade uma formação cidadã.

Como projetos futuros na área social, a Unochapecó pretende reformular o seu Balanço Social, atualmente publicado pela FUNDESTE (Fundação Universitária do Desenvolvimento do Oeste) - sua mantenedora, que será organizado pela ótica do tripé da sustentabilidade. Ainda, a Unochapecó pretende estruturar uma unidade em sua estrutura organizacional, formal e específica para trabalhar com a sustentabilidade, assim garantindo que as ações sejam coordenadas e contínuas. Atualmente na organização acontecem iniciativas e práticas sustentáveis nos projetos de extensão, com diferentes pessoas responsáveis e por vezes estes projetos não são conhecidos por grande parte da instituição.

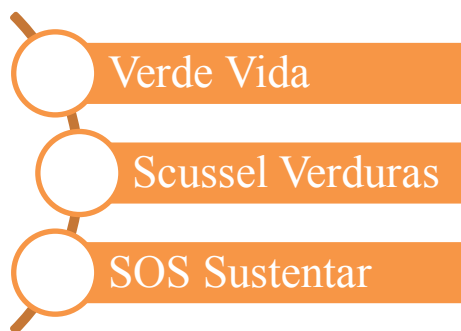
Uma questão percebida nas empresas estudadas e que pode ser observada na região, é o grande número de ações realizadas em parcerias. As parcerias podem ser uma forma cultural das empresas se reunirem para conseguir realizar ações maiores e que atinjam mais pessoas. Tanto no eixo ambiental quando no social as parcerias foram percebidas. Estas parcerias acontecem com entidades já consolidadas na cidade de Chapecó e é uma maneira de colaborar com causas maiores e de proporção maior do que a proporção que uma empresa sozinha alcançaria. O papel do Núcleo neste sentido também merece destaque, uma vez que boa parte destas parcerias ocorre exatamente entre as organizações que o compõem.

Estas parcerias podem ser explicadas com o que foi visto nos estudos de Oliveira *et al.* (2014) que fala da tendência das empresas serem influenciadas a participar de práticas que outras empresas já possuem. Esta influência ainda pode acontecer devido à cultura da localidade, fazendo com que a empresa participe do meio em que está inserida. Estes dados também são percebidos por Santos, Souza e Cauchick (2014), quando em seu estudo abordam sobre a boa reputação e reconhecimento junto à sociedade em que a empresa está inserida. Desta maneira, quando acontece um projeto maior, com número significativo de empresas apoiadoras ou mantenedoras, outras empresas se sentem influenciadas a contribuir e desta maneira estar reconhecida na sociedade, sentindo-se parte da comunidade.

As práticas realizadas no eixo social pelas empresas pesquisadas são em sua maioria realizadas à comunidade e com baixo impacto estratégico, uma vez que não estão sendo direcionada diretamente ao público (com algumas exceções) que interage diretamente no universo das Organizações, entre eles destacam-se colaboradores, fornecedores e clientes, neste caso nenhuma organização desenvolve atividade de cunho social com seus clientes diretos ou em potencial. Também nenhum indicador de desempenho social foi relatado pelas entrevistas, o que dificulta ainda mais a mensuração de tais práticas.

No *ranking* social, as empresas que possuem suas ações sociais ligadas à estratégia da empresa são as seguintes:

Figura 4 – *Ranking* Social

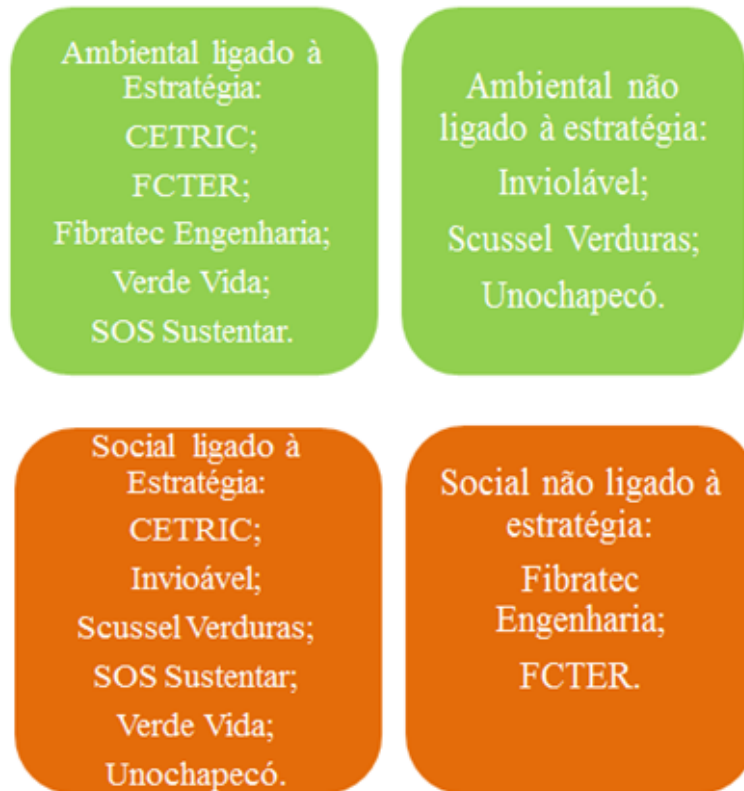


Fonte: Própria, 2018.

Novamente a ONG Verde Vida aparece em primeiro lugar, também destacam-se a Scussel Verduras, que trabalha fortemente em parceria com produtores promovendo o desenvolvimento regional. Posteriormente, SOS Sustentar com suas atividades de capacitação e projetos com o próprio público que utiliza seus projetos na área da agricultura.

Por fim, após o levantamento de todas as práticas sociais e ambientais realizadas pelas organizações investigadas, podem-se evidenciar quais organizações têm suas práticas mais alinhadas à estratégia do negócio (Figura 5).

Figura 5 – Ligação entre as ações ambientais e sociais realizadas com estratégia das empresas.



Fonte: Própria, 2018.

Observa-se que as empresas que possuem mais práticas ambientais e sociais alinhadas a sua estratégia de negócio são: a ONG Verde Vida e as empresas SOS Sustentar e CETRIC. Neste sentido destaca-se a importância de se alinhar os eixos sociais, ambientais ao eixo econômico da organização (CORAL 2002; ELKINGTON, 2004; ALIGLERI (2009) e FROEHLICH E BITENCOURT, 2016) especialmente no sentido de que tais práticas possibilitem a continuidade e a sustentabilidade do negócio financeiramente.

4.4 SUGESTÕES DE MELHORIAS NAS PRÁTICAS REALIZADAS PELAS EMPRESAS A PARTIR DO NSC

No decorrer da pesquisa podem-se observar pontos e sugestões de possível melhoria nas empresas pesquisadas a partir do Núcleo. Primeiramente, o Núcleo, possivelmente por seu

curto tempo de fundação ainda é pouco conhecido pelas pessoas na região. Ações de marketing em redes sociais, divulgação dos projetos e atividades realizadas pelo Núcleo e suas empresas participantes na imprensa, por exemplo, podem atrair mais empresas para participar. Ainda, o convite direto às novas empresas que participam ou não da ACIC (Associação Comercial e Industrial de Chapecó), oficinas de Sustentabilidade, roda de debate nas Universidades e participação do Núcleo em outros eventos em Chapecó e região pode torná-lo mais conhecido e aumentar o número de empresas participantes.

Embora o Núcleo incentive em suas capacitações que a Sustentabilidade esteja aliada à estratégia do negócio, pensada em sua missão, visão e valores, ainda se percebe pelas ações das empresas investigadas que estas ações não estão sendo planejadas e coordenadas por completo, em muitos casos não estão ligadas nem mesmo a estratégia do negócio, o que prejudica a inserção a responsabilidade socioambiental como eixo competitivo do negócio, conforme sugere Coral (2002); Berté (2009); Tachizawa (2011) Froehlich e Bitencourt (2016).

Acerca disso destaca-se que quando estas ações não são devidamente organizadas, a responsabilidade socioambiental não se torna algo estratégico dentro da instituição, é difícil de ser mensurada e não é percebida pelos *stakeholders*. Para ações mais sistemáticas e organizadas, a instituição pode pensar em ações aliadas à sua estratégia e começar pelo público alvo da organização, sejam eles os colaboradores, fornecedores ou até mesmo clientes. Pinheiro *et al.* (2012) em seu estudo já abordavam sobre a importância e emergência da gestão ambiental nas organizações, especialmente incorporada na perspectivas estratégicas. E quanto mais próxima do consumidor final, o quanto essa importância aumenta.

Desta maneira, o Núcleo pode incentivar que as empresas adotem ações na área ambiental e social que contemplem e levem em consideração a estratégia do seu negócio e o seu público, seja ele interno ou externo. A partir do momento que se tem ações aliadas à estratégia o pilar econômico é contemplado e as ações ambientais e sociais realizadas acabam tendo mais efetividade em seus resultados que são mensurados mais facilmente na empresa. Quando a empresa alia suas ações à sua estratégia não está praticando apenas filantropia, mas sim a responsabilidade socioambiental em si. Deve-se em qualquer atividade realizada nesta área na empresa levar em consideração os três pilares da sustentabilidade.

O incentivo à ações relativamente simples, porém que ainda não acontecem em todas as organizações pesquisadas, como: a conscientização no uso do plástico, economia de água, separação de resíduos, destino correto ao lixo eletrônico, utilização inteligente de recursos, reutilização e reciclagem devem acontecer em todas as instituições participantes do Núcleo.

Para ações maiores, pode-se pensar em parcerias entre as entidades que já estão no Núcleo. As empresas participantes poderiam realizar projetos e orçamentos para implementação de cisternas para captação de água da chuva com a empresa do Núcleo que tem essa como uma de suas atividades econômicas.

Para o melhor delineamento das ações, estas devem ter uma estrutura – que poderia até mesmo ser de um padrão estipulado pelo Núcleo, para um planejamento, organização, direção e controle de ações realizadas pela empresa. Desta maneira, a ferramenta (ou estrutura de planejamento de ação) iria conter informações sobre custos iniciais, tempo para a ação ser colocada em prática, demandas variadas para o projeto como tecnologias ou número de pessoas, variáveis para mensuração de economias ou impactos financeiros da atividade realizada, público (ou área) atingido e demais mensurações. Esta ferramenta pode ser como a exemplificada a seguir.

Figura 6 – Formulário Proposto

Ação:				
Início em:				
Objetivo:			Público alvo:	
Ligação estratégica com o negócio:			Atua em quais pilares:	
Responsável pela execução/controle	Tempo de Implementação	Custo de Implementação	Método de Avaliação	Método de Controle

Fonte: Própria, 2018.

Uma ferramenta relativamente simples (Figura 6), para facilitar a visualização da prática, seja ela no pilar ambiental ou social, seu real objetivo e trazer o conhecimento do nível tácito para o documental na empresa. Estas ações seriam acompanhadas e controladas desde sua implementação até o pleno funcionamento na organização.

No campo “ação” se preenche com a descrição da prática, seguido de data de início, objetivo da prática e seu público alvo, de que maneira acontece a ligação com o negócio, seus pilares de atuação. Posteriormente nomeia-se o responsável pela execução e controle – que pode ser mais de uma pessoa ou setor, tempo e custo de implementação e de que maneira seu resultado será mensurado. Com esta ferramenta, a prática se torna melhor pensada e elaborada, seu propósito e sua ligação com o negócio ficam evidenciados. Assim, podem-se perceber as vantagens e importância de sua realização. Ideal para o início de nova prática e para as empresas de porte menor começarem suas atividades de responsabilidade socioambiental, deixando-as documentadas. Esta ferramenta pode ser adaptada também a projetos escritos com descrição mais detalhada.

Posteriormente, todas as ações devem ser esclarecidas e apresentadas aos colaboradores, promovendo ainda a sensibilização destes e entendimento da importância das ações na empresa e dos impactos desta ação no ambiente e nas pessoas, para que todos os colaboradores percebam a importância destes feitos na organização. A comunicação das estratégias desenvolvidas é importante para que todos na instituição se conscientizem e colaborem. Ecker *et al.* (2015), já comentam em seu estudo sobre as boas práticas nas empresas, mas que nem sempre são compartilhadas à comunidade e as vezes políticas da empresas que por vezes nem são apresentadas aos funcionários. Embora se saiba dos benefícios que estas boas práticas podem trazer a organização.

Uma das observações feitas foi que das entidades pesquisadas, nenhuma tem um setor específico para pensar as práticas de Responsabilidade Socioambientais realizadas. Assim, ficam outras áreas responsáveis, como no caso de uma das empresas em que o departamento de recursos humanos elabora as ações sociais, ou então as práticas surgem de ideias dos colaboradores, gestores, departamentos técnicos, departamento de marketing e equipes da organização. É importante que as empresas, se não puderem ter um setor responsável, que pelo menos tenham uma pessoa responsável pelos projetos (devidamente documentados e organizados) e pelo acompanhamento das atividades.

As empresas pesquisadas com maior interação ambiental não possuem práticas mais avançadas, como por exemplo, um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) regulamentado pela ISO 14001.

Cada instituição no Núcleo têm seu próprio estágio de desenvolvimento de práticas de Responsabilidade Socioambiental. Estes diferentes estágios acontecem devido a fatores como o porte da empresa, número de funcionários, tempo de atuação. Sabe-se da importância de se levar em conta as diferenças de cada empresa e sua capacidade de implementação dos

projetos. Por isso, as sugestões de começar pelo simples, básico e fácil, até o atendimento das empresas que tem práticas mais avançadas, trabalhando com estas ferramentas mais avançadas de controle da gestão socioambiental, como é o caso do SGA, ISOs, entre outras ferramentas.

Para que o Núcleo conseguisse fornecer este suporte sugere-se que o mesmo crie um setor que opere como consultoria aos projetos dos Nucleados, esta sugestão não seria de difícil execução, uma vez que o Núcleo já conta com a participação de professores universitários e outros técnicos que poderiam auxiliar na implementação dos projetos. Em projetos maiores, as universidades poderiam ser parceiras para auxiliar no levantamento de dados e outras demandas.

Através da realização das práticas aliadas a estratégia da empresa e pensada aos *stakeholders*, a empresa só tem a ganhar. Pelos benefícios e vantagens à sua própria organização, à comunidade, ao atendimento as exigências dos consumidores, aos valores de uma instituição preocupada e responsável com o meio em que está inserida. É o que mostram também em seus achados as autoras Froehlich e Bitencourt (2016), que relatam como ao longo do tempo as empresas tem seu desempenho avaliado não somente por índices financeiros, mas também por desenvolvimento social e o cuidado ambiental, afirmando ainda sobre a estratégia competitiva e o valor agregado ao negócio.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como esclarece Tachizawa (2011), não há mais como pensar em políticas econômicas sem pensar no eixo ambiental e na realidade social da organização, há a necessidade de se pensar como reverter o dano ambiental consequente da existência da empresa e a qualidade de vida do coletivo ao seu redor.

Partindo deste pressuposto, a presente pesquisa teve como objetivo analisar as principais práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó – SC. A fim de atingir seu objetivo geral, foi realizado um estudo com a literatura científica, com o Núcleo de Sustentabilidade e com as empresas participantes do mesmo.

Os estudos da revisão integrativa revelaram que as empresas são cada vez mais cobradas pela sociedade e consumidores a adotar postura de responsabilidade socioambiental. As empresas já têm consciência da relevância do tema e das vantagens e importância de adotá-lo na estratégia das instituições. Neste sentido a literatura auxiliou a corroborar ou não os achados nas empresas estudadas.

Para a realização da pesquisa inicialmente foi feita entrevista com o Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó – SC, além de acompanhar o funcionamento do mesmo no primeiro semestre do ano de 2018. Paralelamente, realizadas as entrevistas nas empresas nucleadas.

O estudo revelou que o Núcleo, apesar de ser jovem e estar no seu segundo ano de funcionamento, fomenta atividades nas empresas através do compartilhamento das ações individuais das empresas que participam, de projetos em conjunto entre as empresas, apoio e participação em projetos da comunidade, capacitações e conscientização sobre o tema Sustentabilidade.

Embora as empresas precisem avançar nas práticas de responsabilidade socioambiental, todas têm clara a importância do tema e de suas práticas e todas apresentam ações sociais e ambientais, grande parte das vezes em parcerias realizadas por mais de uma organização.

Neste sentido, oito organizações nucleadas tiveram suas práticas socioambientais levantadas e o que se observou foi que a maioria das ações ambientais são centradas na economia e uso consciente de bens naturais, tratamento de efluentes, destinação correta para resíduos, reciclagem, reuso, conscientização ambiental. Salienta-se que nas empresas SOS

Sustentar, CETRIC, FCTER, Fibratex Engenharia e ONG Verde Vida estas práticas tem relação com o negócio da organização, já na Inviolável, Scussel Verduras e Unochapecó não existe relação direta com a estratégia.

No eixo social, o que se observa é que este contempla um maior número de projetos, voltados principalmente para o incentivo à educação, esporte e inclusão social realizado com a comunidade local. No entanto a relação com estes e a estratégia do negócio não é objeto de estudo na maioria das organizações.

O que se observa também é que as empresas pesquisadas têm consciência sobre a importância de suas práticas, especialmente seu impacto positivo na comunidade e na sociedade. No entanto por serem empresas com setores diferentes, tamanhos diferentes e outras peculiaridades, encontram-se em estágios diferentes na apresentação das suas práticas de responsabilidade socioambiental, necessitando de suporte e organização para aprimoramento das ações já existentes e realização de outras ações, neste sentido o papel Núcleo é destacado e as sugestões para o aprimoramento do mesmo podem ser alternativas.

A respeito do eixo econômico ou financeiro, salienta-se que este representa uma limitação desta pesquisa, tendo em vista que o acesso aos dados financeiros de cada projeto, bem como impacto nos resultados financeiros da organização não puderam ser avaliados, seja pela desorganização das empresas; seja pelo não acesso aos mesmos. Neste sentido como sugestões para pesquisas futuras, tem-se: i) o levantamento e o cruzamento entre os impactos dos projetos sociais e ambientais com o eixo econômico nas organizações pertencentes ao NSC; ii) o acompanhamento das sugestões realizadas no item 4.4 deste trabalho.

REFERÊNCIAS

- ABNT ISO. **Manual de Introdução a ABNT NBR ISO 14001:2015**. São Paulo: ABNT, 2015.
- ALGLIERI, L. **Gestão Socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.
- ANDINO, B.F.A. **Proposta de estrutura analítica para identificação do perfil de sustentabilidade de cadeias de suprimentos**. Programa de pós graduação em administração UFRGS. 2011.
- BARBIERI, J.C. **Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- BERTÉ, R. **Gestão socioambiental no Brasil**. Curitiba: Ibpx, 2009.
- BOSELTMANN, K. **O princípio da sustentabilidade: transformando direito e governança**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.
- BRASIL, Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos. Resolução 196/96, de 10 de outubro de 1996. Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1996.
- CAPES. **Base de Dados**. 2017. Disponível em <<http://www.capes.gov.br>> Acesso em 29 Nov. 2017.
- CAPES. **Qualis**. 2017. Disponível em <<http://www.capes.gov.br/component/content/article?id=2550:capex-aprova-a-nova-classificacao-do-qualis>> Acesso em 29 Nov. 2017.
- CARROLL, A.B. **The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders**. Business Horizons, v.34 n.4, 1991.
- CASTRO, A. A. **Revisão Sistemática e Meta-Análise**. Atallah NA: São Paulo, 1998.
- CAVALCANTI, C. (org.). **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 2009.
- CORAL, E. **O planejamento estratégico e a formulação de estratégias econômicas, sociais e ambientais: uma proposta em busca da sustentabilidade empresarial**. 2002. Tese (doutorado) UFSC, 2002.
- DOMENICO D.; MAZZIONI S.; GUBIANI C.A. et al; Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas de capital aberto de Santa Catarina listadas na

BM&FBOVESPA. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v.14, n.42, p. 70-84, maio/ago. 2015.

ECKERT A.; NETO S.L.H.C.; BOFF D.S.; Iniciativas e práticas ambientais das pequenas e médias empresas do Vale do Caí – RS. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade** v. 4, n.1, jan/abr. 2015.

ELKINGTON, J. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo: Makron Books, 2001.

FACISC, Notícias. **Núcleo de sustentabilidade da ACIC Chapecó inicia atividades com participação de 25 empresas**. 2016. Disponível em <<http://facisc.org.br/noticias/nucleo-de-sustentabilidade-da-acic-inicia-atividades-com-participacao-de-25-empresas/>> Acesso em 10 Out. 2017.

FERREIRA, A. B. H. **Dicionário da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FLICK, U. **Introdução a Pesquisa Qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FROEHLICH C.; BITENCOURT C.C.; Sustentabilidade Empresarial: um estudo de caso na empresa Artecola. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade** v.5, n.3, set/dez. 2016.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, C.A; MEIRELLES, A. M. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Responsabilidade Socioambiental**. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental>> Acesso em 02 Dez. 2017.

MORAES, R. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MORAIS D. O. C; OLIVEIRA N. Q. S.; SOUZA E. M. As práticas de sustentabilidade ambiental e suas influências na nova formatação institucional das organizações. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v.3, n.3, Set/Dez 2014.

NASCIMENTO, L.F; LEMOS, A.D.C; DE MELLO, M.C.A. **Gestão Socioambiental Estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PEARSON, Education do Brasil. **Gestão Ambiental**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PINHEIRO, A.K.N; BRITO C.L.C. et al; Análise dos determinantes de práticas ambientais em duas unidades de uma empresa metalúrgica no Norte e Nordeste do Brasil. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**. Campo Largo, v.11, n.1, p. 80-94, jan/jun. 2012.

PUGLISI, M.L.; FRANCO, B. **Análise de conteúdo**. 2. ed. Brasília: Líber Livro, 2005.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

SILVA, S.S. e REIS, R.P. **Sustentabilidade nos discursos organizacionais: uma luz no fim do túnel ou perfumaria?** Rio de Janeiro: Anais, 2011.

TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2011.

THEODOROVITZ, M.; CAMPOS L.M.S.; CAUCHICK, M.P.A. Identificação de práticas de responsabilidade socioambiental em duas empresas: uma análise baseada no modelo de gestão do Prêmio Nacional da Qualidade. **Exacta**, São Paulo, v.12, n.1, p. 13-32. 2014.

VALLE, C. E. **Qualidade Ambiental: ISO 14000**. 5ªed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VERGARA, S.C. **Métodos de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEGAS, P.B.; BIANCHI R.C.; MEDEIROS F.S.B.; Práticas sustentáveis ambientais utilizadas no setor de pós vendas em concessionárias de veículos leves: um estudo de multicase. **Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, Bauru, ano10, n.1, p. 101-117 jan/mar. 2015.

WERBACH A. **Estratégia para sustentabilidade: uma nova forma de planejar sua estratégia empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

YIN, R.K. **Estudo de caso. Planejamento e métodos**. 3ªed. Tradução: Daniel Grassi. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2005.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com as empresas.

1. Município e região de atuação
2. Ramo de atuação
3. Tempo de atuação (idade da empresa)
4. Porte da empresa
5. Número de filiais (se tem filial)
6. Número de funcionários
7. Como a empresa define sustentabilidade e como investe em sustentabilidade?
8. Qual área da empresa é responsável pelas atividades de sustentabilidade?
9. Principais práticas ambientais realizadas na empresa?(Ex: programas, atividades, sistemas, ações) e desde quando a empresa realizou tais práticas.
10. Principais práticas sociais realizadas na empresa? (Ex: programas, atividades, sistemas, ações) e desde quando a empresa realiza tais práticas.
(ver qual das duas está mais presente na organização)
11. Há retorno (impacto) financeiro nestas práticas? Vocês mensuram este impacto?
12. Vocês utilizam das práticas no marketing societal na empresa?
14. Qual é a frequência de projetos ou ações em cada área?(Aqui elencar cada projeto ou atividade e desde quando começou)
15. Qual é o número de beneficiados ou região beneficiada com a atividade?
16. Quanto tempo faz parte do NSC?
17. De que maneira tomou conhecimento sobre o Núcleo em Chapecó?
18. Quantos encontros já participaram ou frequência de participação no NSC?
19. As ações desenvolvidas são fomentadas inicialmente pelo Núcleo ou são próprias das empresas?
20. Qual a importância ou influencia do Núcleo nas ações de responsabilidade socioambiental desenvolvidas pela empresa?
21. Outras questões não abordada no instrumento que você gostaria de comentar sobre a temática.

Muito Obrigada pela sua participação!

APÊNDICE B – Roteiro de Entrevista com o NSC

1. Como surgiu a ideia de criar um Núcleo de Sustentabilidade em Chapecó? De quem ela partiu?
2. Qual é o seu principal objetivo?
3. Como funciona o Núcleo? Que ações o vocês praticam?
4. Como as empresas podem participar?
5. Há quanto tempo o núcleo foi fundado? Ocorreram mudanças no seu formato original? Quais? E porquê?
6. Quantas empresas hoje estão ativas participando do Núcleo? Este número é o mesmo de quando foram iniciadas as atividades? (Se houve mudança nos números, perguntar os motivos que possivelmente levaram a mudança)
7. Quanto às atividades, em que espaço são realizadas? (nas empresas, na ACIC?)
8. Como são programados os encontros, treinamentos, palestras e por quem são ministrados? (Pedir há quanto tempo cada atividade iniciou)
9. Quantos encontros já aconteceram no núcleo?
10. Como são fomentados os projetos e práticas de responsabilidade socioambiental dentro das empresas? (Se são pensados projetos personalizados ou não)
11. As ações, programas ou atividades realizadas são maioria na área ambiental ou social? (pedir quais são/foram realizadas em cada área)
12. Pode-se perceber engajamento e interesse por parte das empresas nas questões socioambientais levantadas pelo Núcleo? Que avaliação vocês fazem da participação das empresas junto ao Núcleo?
13. Qual a importância ou influência do Núcleo nas ações de Responsabilidade Socioambiental realizadas nas empresas?
14. As empresas participam do planejamento anual realizado pelo Núcleo?
15. Quais são os planos ou projetos futuros que o núcleo pretende realizar?
16. Demais considerações que gostaria de comentar.

Agradecimento

APÊNDICE C – Termo de Consentimento

Universidade Federal da Fronteira Sul

Curso de Administração

Título da Pesquisa: Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do núcleo de sustentabilidade de Chapecó-SC

Pesquisadora: Profa/Dra Larissa de Lima Trindade

Acadêmica: Moniqueli Pellegrini

Consentimento Livre e Esclarecido

Eu.....informo que fui esclarecido, de forma clara e detalhada, livre de qualquer forma de constrangimento ou coerção que a pesquisa intitulada “Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do núcleo de sustentabilidade de Chapecó-SC”, tem como objetivo principal analisar as principais práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas participantes do Núcleo de Sustentabilidade de Chapecó – SC, para levantar as práticas realizadas, verificar o impacto das mesmas e propor melhorias.

A justificativa para realização da mesma se deve visto que há pouca divulgação e conhecimento das práticas e postura empregadas por estas empresas na cidade, além de sua importância para o desenvolvimento sustentável regional e de incentivar que outras organizações exerçam postura de responsabilidade perante o meio ambiente e à sociedade.

A técnica de coleta das informações será através de uma entrevista. Os dados depois de organizados e analisados poderão ser divulgados e publicados, ficando a pesquisadora comprometida em apresentar um Trabalho de Conclusão do Curso de Administração, para que possamos, efetivamente, conhecer os resultados deste estudo. Fui igualmente informado de que tenho assegurado o direito de:

- Receber resposta a todas as dúvidas e perguntas que desejar fazer acerca de assuntos referentes ao desenvolvimento desta pesquisa;
- Desistir da pesquisa, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo sem constrangimento ou risco de sofrer algum tipo de represália;
- Não ter minha identidade revelada em momento algum da pesquisa.

Data:..... **Nome e Assinatura:**.....

Assinatura do Pesquisador: