

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

AVALIAÇÃO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL
Estudo de Caso da PREVISC Sociedade de Previdência Complementar

JEFERSON LUIZ BITTENCOURT

FLORIANÓPOLIS – SC

2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

AVALIAÇÃO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL
Estudo de Caso da PREVISC Sociedade de Previdência Complementar

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas para obtenção de carga horária na disciplina CNM 5420 – Monografia.

Por: Jeferson Luiz Bittencourt

Orientador: Armando de Melo Lisboa

Área de Pesquisa: Economia do Terceiro Setor

Palavras-chaves:

- 1 – Responsabilidade Social Empresarial
- 2 – Terceiro Setor
- 3 – Previdência Privada

Florianópolis, dezembro de 2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

AVALIAÇÃO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL
Estudo de Caso da PREVISC Sociedade de Previdência Complementar

Esta monografia foi julgada e aprovada para a obtenção do título de bacharel em Ciências Econômicas no Programa de Graduação em Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Catarina.

Profº. Wagner Leal Arienti, Dr
Coordenador do Curso

Profº. Armando de Melo Lisboa
Orientador

Profº. Helton Ricardo Ouriques
Membro

Profº. Ademir Tenfen
Membro

Dedico a elaboração deste trabalho aos meus pais Alaerso e Ivone, pela tarefa de formar um ser humano íntegro. Ao professor e orientador Armando de Melo Lisboa pela ajuda e paciência e compreensão. Aos meus amigos pelo estímulo que me impulsionaram, a superar esse desafio.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo avaliar as práticas de Responsabilidade Social Empresarial da PREVISC Sociedade de Previdência Complementar, a partir de um conjunto de dimensões propostas. Buscou-se correlacionar aspectos teóricos, aliando-os à prática da Responsabilidade Social Empresarial, aqui visualizada, como diferencial competitivo para a organização supracitada. Como base na realização da pesquisa bibliográfica, de cunho exploratório, procurou-se estabelecer algumas ações que permitissem a sugestão de projetos nas diversas dimensões estudadas.

LISTA DE FIGURAS

1	Figura 01 – Organograma da PREVISC	24
---	--	----

LISTA DE GRÁFICOS

1	Gráfico 01 – Dimensões da Responsabilidade Social PREVISC	39
2	Gráfico 02 – Participação dos funcionários PREVISC em trabalhos voluntários	41
3	Gráfico 03 – Interesse dos funcionários da PREVISC em serem voluntários	42
4	Gráfico 04 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por área	43
5	Gráfico 05 – Opções de Trabalho Voluntário escolhidas pelos funcionários	45
6	Gráfico 06 – Disponibilidade dos funcionários em desenvolver trabalhos voluntários	46
7	Gráfico 07 – Local de preferência dos funcionários para realização do Trabalho Voluntário	47

LISTA DE TABELAS

1	Tabela 01 – Escala de Pontuação	06
2	Tabela 02 – Pontuação Máxima	07
3	Tabela 03 – Clientes da PREVISC	30
4	Tabela 04 – Fornecedores de Materiais	30
5	Tabela 05 – Fornecedores de Serviços	31
6	Tabela 06 – Ficha de Avaliação Responsabilidade Social PREVISC	33
7	Tabela 07 – Participação dos funcionários PREVISC em trabalhos voluntários	40
8	Tabela 08 – Interesse dos funcionários da PREVISC em serem voluntários	41
9	Tabela 09 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por área	42
10	Tabela 10 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por público-alvo	43
11	Tabela 11 – Opções de Trabalho Voluntário escolhidas pelos funcionários	44
12	Tabela 12 – Disponibilidade dos funcionários em desenvolver trabalhos voluntários	45
13	Tabela 13 – Local de preferência dos funcionários para realização do Trabalho Voluntário	47

SUMÁRIO

RESUMO.....	iv
LISTA DE FIGURAS.....	v
LISTA DE GRÁFICOS.....	vi
LISTA DE TABELAS.....	vii
CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	1
1.1 Contextualização: O Problema e sua Relevância	1
1.2 Objetivos do Trabalho	4
1.2.1 Objetivo Geral	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 Metodologia da Pesquisa	4
1.3.1 Instrumento para Obtenção de Dados.....	6
CAPÍTULO 2 - REVISÃO TEÓRICA	11
2.1 Responsabilidade Social Empresarial.....	11
2.1.1 Histórico	11
2.1.2 Conceitos	12
2.2 Dimensões da Responsabilidade Social Empresarial	17
2.2.1 Dimensão Estratégia & Transparência	18
2.2.2 Dimensão Público Interno	18
2.2.3 Dimensão Meio Ambiente.....	19
2.2.4 Dimensão Consumidores	19
2.2.5 Dimensão Fornecedores	20
2.2.6 Dimensão Comunidade	20
2.2.7 Dimensão Governo e Sociedade.....	21
CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO.....	23
3.1 Histórico da Organização	23
3.2 Estrutura Organizacional	24
3.2.1 Órgãos de Controle.....	25
3.2.2 Áreas Operacionais.....	26
3.3 Clientes	30
3.4 Fornecedores.....	30
3.5 Aplicação do Instrumento de Avaliação na Empresa.....	32
3.6 Interpretação dos Resultados Obtidos	33
3.6.1 Valores e Transparência	34
3.6.2 Público Interno	35
3.6.3 Meio-Ambiente.....	36
3.6.4 Fornecedores.....	36
3.6.5 Clientes e Consumidores	37
3.6.6 Comunidade.....	37
3.6.7 Governo e Sociedade	37
3.6.8 Avaliação Global	38
3.7 Ações Sugeridas	39
3.7.1 Ações da Dimensão Comunidade.....	39

3.7.1.1 Programa Previsão de Voluntariado Empresarial.....	40
CAPÍTULO 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS	51
ANEXOS	54

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização: O Problema e sua Relevância

Nos últimos anos observamos o despertar de um novo cenário, marcado por mudanças radicais, presenciamos o despertar de movimentos de direitos humanos e de conceitos de cidadania, conceitos estes que trazem no seu bojo uma dinâmica de ação libertadora que busca a autonomia e a inclusão social do cidadão.

Neste cenário, percebemos uma visível redução do papel executivo do Estado, acompanhado por uma revolução nos processos produtivos e o ressurgimento da sociedade civil de forma organizada. No entanto, percebemos uma clara divisão de tarefas, onde o Estado (Primeiro Setor) dentro do seu papel, busca gerir seus recursos que são de origem pública para fins públicos; já a iniciativa privada (Segundo Setor), é responsável por gerar recursos privados para fins privados e a sociedade civil organizada (Terceiro Setor) busca gerir recursos privados para fins públicos.

A percepção, por parte de boa parcela do empresariado, sobre a necessidade de um desenvolvimento sustentado vem gerando uma postura que se contrapõe à cultura centrada apenas na maximização do lucro dos acionistas.

O chamado capitalismo social ambienta novas formas de relação entre empresas, funcionários, comunidades e clientes. Esses segmentos passam a compartilhar objetivos e resultados em prol da otimização e manutenção dos recursos necessários à perenidade dos negócios.

As transformações econômicas, políticas e culturais da atualidade tornam-se então determinantes das novas posturas empresarias.

O conceito de desenvolvimento sustentado faz com que as organizações se voltem para os objetivos no longo prazo e passem, então, a perceber que qualidade, preço competitivo

e bons serviços não representam mais os únicos diferenciais no mercado. Consumidores melhor informados e exigentes quanto a produtos e serviços se convertem em cidadãos mais conscientes das necessidades de suas comunidades, e conseqüentemente passam a reivindicar o cumprimento das responsabilidades das empresas para o seu desenvolvimento.

Em nossa sociedade, os reflexos da cultura de responsabilidade social, verificada em países mais desenvolvidos, tem propiciado inúmeras práticas que aliam as iniciativas privadas com as das organizações da sociedade civil sem fins lucrativos.

Com ações que vão além da mera colaboração com instituições filantrópicas realizada de forma aleatória, não sistematizada e fora do âmbito de suas próprias vocações e missões, muitas empresas brasileiras tem incorporado atitudes cidadãs através da prática do que convencionou-se chamar de Responsabilidade Social Empresarial.

Tal prática consiste na análise, escolha e determinação de uma causa que tenha, preferencialmente, relação com o negócio da empresa. Assim, ao invés de praticar uma política de doações, a empresa investirá no projeto social específico que agregará valor a sua marca, despertando a associação positiva por parte de consumidores, fornecedores, clientes e potenciais, entre seu nome e a ação socialmente responsável.

Além disso, essas práticas de Responsabilidade Social Empresarial passam a conquistar credibilidade e seriedade através da forma estruturada com que é administrada. A empresa passa a ter elementos para a avaliação crítica e a mensuração dos resultados dos projetos. Com isso, entidades beneficiadas são obrigadas a demonstrar o alcance de seus objetivos e metas. Cria-se então um ciclo de profissionalização no âmbito das várias organizações que se voltam para os problemas sociais.

Além dessas questões, a Responsabilidade Social Empresarial engloba o processo de voluntariado empresarial, ou seja, o estímulo à participação dos funcionários da organização no desenvolvimento de projetos voltados à comunidade.

As empresas percebem que o envolvimento dos funcionários internos traz ganhos multiplicados. Ganha a empresa e seus negócios pela representatividade que alcança ao ter seus funcionários diretamente ligados aos objetivos sociais; ganham os próprios empregados que desenvolvem um novo sentido de produção e relação humana através do trabalho e ganha a comunidade ao contar com a aptidão, a energia, a criatividade e o compromisso com a resolução de problemas por parte de um novo contingente de cidadãos.

A própria dimensão e ocorrência dos problemas que afetam o ambiente social passam a ser mais bem avaliada, bem como, as atitudes para a sua eficaz administração. Tais elementos contribuem para o ciclo virtuoso da cidadania empresarial. A sociedade civil solicita às empresas públicas e privadas a prestação de contas referentes aos seus investimentos sociais.

As empresas são estimuladas e orientadas para a apresentação do Balanço Social – documento que apresenta os dados relativos a sua atuação responsável para com o ambiente interno e externo, demonstrando seu perfil social. Além disso, ampliam-se às tendências de reconhecimento, por parte de organismos e entidades profissionais na instituição de prêmios e selos voltados ao mérito social. Chegam ao país as primeiras certificações sociais através das normas AA1000 e SA 8000.

Apesar do cenário promissor, os números resultantes de uma avaliação sobre os investimentos em projetos sociais, por parte das organizações privadas, destacam o enorme espaço a ser preenchido por atitudes empresariais cidadãs.

E dentro deste cenário, faz-se necessário um estudo mais apurado sobre o reflexo dessas novas tendências, principalmente em empresas de médio, pequeno e micro porte, a fim de verificarmos o panorama geral da responsabilidade social empresarial neste tipo de organização, e este estudo buscará trazer a experiência da PREVISC Sociedade de Previdência Complementar do Sistema FIESC.

1.2 Objetivos do Trabalho

1.2.1 Objetivo Geral

O estudo aqui desenvolvido busca, dentro dessa visão de integração entre os setores (Primeiro, Segundo e Terceiro), avaliar as ações de Responsabilidade Social Empresarial praticadas pela PREVISC Sociedade de Previdência Complementar do Sistema FIESC.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar revisão bibliográfica acerca das temáticas Terceiro Setor e Responsabilidade Social Empresarial;
- Elaborar o histórico da empresa estudada;
- Analisar as dimensões e práticas de Responsabilidade Social da PREVISC, através da aplicação do questionário constante da *Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento - Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas*;
- Aplicar na PREVISC o questionário de Voluntariado Empresarial;
- Sugerir ações para nortear a organização quanto às práticas de Responsabilidade Social Empresarial;

1.3 Metodologia da Pesquisa

A metodologia relaciona-se aos métodos e técnicas que se utiliza na confecção de pesquisas científicas.

Para Andrade (2001, p.131) metodologia é conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento.

Quanto ao método Cervo & Bervian (1983, p. 23 *apud* Andrade, 2001, p. 130) dizem que este é a ordem que se vê impor aos diferentes processos necessários para atingir um fim dado ou um resultado desejado. Nas ciências, entende-se por método o conjunto de processos que o espírito humano deve empregar na investigação e demonstração da verdade.

Para o desenvolvido desse trabalho foi utilizada a revisão bibliográfica para fundamentação teórica, que conforme Vergara (2000) é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais e redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral.

Na segunda etapa do trabalho, foi realizado o estudo de caso, que para Vergara (2000) é uma técnica de pesquisa cujo objetivo é o estudo de uma unidade que se analisa profunda e intensamente. Considera-se a unidade social estudada em sua totalidade, seja um indivíduo, uma família, uma instituição, entre outros, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos. Esse tipo de pesquisa tem como característica o enfoque prático, tendo aplicação em uma realidade seja qual for a unidade social.

Segundo Bertero (1998), esse enfoque prático, acaba por reposicionar o tradicional marco referencial e levantamento bibliográfico, que têm como finalidade incitar a discussão ou confirmação da problemática exposta.

No entanto, optou-se por manter o capítulo de fundamentação teórica, apresentando os conceitos mais importantes acerca dos temas Terceiro Setor e Responsabilidade Social Empresarial.

As técnicas de coleta de dados utilizadas foram questionários fechados, entrevistas semi-estruturadas e análise documental.

O primeiro questionário, aplicado em junho de 2004, foi o “*Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento - Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas*”, e o seu objetivo foi nortear o desenvolvimento do diagnóstico situacional da organização, oferecendo à PREVISC a possibilidade de avaliar, sistematicamente, a aderência das ações e práticas já efetuadas, sob a ótica das dimensões selecionadas.

1.3.1 Instrumento para Obtenção de Dados

Como instrumento para obtenção de dados foi aplicado o questionário *Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas*. O mesmo é composto de trinta e sete questões que, por sua vez, foram divididas entre as sete dimensões propostas. O objetivo é permitir à empresa, o registro pontual sobre o comportamento das ações sociais praticadas no processo de avaliação.

As questões apresentadas na ferramenta *Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas* são auto-avaliadoras, ou seja, dentro da própria empresa ocorre a avaliação, e o seu desempenho é determinado pela pontuação para cada questão, variando de 0 a 3 pontos, conforme se segue:

Tabela 01 – Escala de Pontuação

Resposta	Pontuação
NÃO	Zero Ponto
EM PARTE	1 Ponto
EM GRANDE PARTE	2 Pontos
SIM	3 Pontos

Fonte: Indicadores *Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas*

O passo seguinte é preencher a ficha de avaliação e obter a pontuação, onde, cada tema poderá alcançar a pontuação máxima descrita abaixo, de acordo com o número de questões do tema:

Tabela 02 – Pontuação Máxima

Dimensões	Pontuação Máxima
Valores e Transparência	12 Pontos
Público Interno	27 Pontos
Meio Ambiente	09 Pontos
Fornecedores	15 Pontos
Clientes/Consumidores	12 Pontos
Comunidade	24 Pontos
Governo e Sociedade	12 Pontos
TOTAL	111 Pontos

Fonte: Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas

- Os pontos de cada uma das 37 questões (que podem ser 0, 1, 2 ou 3, de acordo com a resposta dada) devem ser transferidos para a **Ficha de Avaliação**;
- Os pontos obtidos em cada questão do tema devem ser somados.
- A soma deve ser multiplicada pelo fator de correção dado na Ficha de Avaliação. Uma vez que o número de questões é variável e propomos que todos os temas tenham o mesmo peso na avaliação, a soma dos pontos de cada tema será modificada com a aplicação do fator de correção indicado. Este transformará o total de pontos por tema em uma nota de 0 a 10, para facilitar a análise do desempenho.
- A soma das notas de cada tema produzirá a nota geral da empresa (máximo de 70 pontos).

Para obter-se o resultado, a primeira análise que deve ser realizada é a da nota alcançada por tema e esta análise é qualitativa, ou seja em cada uma das dimensões, e para cada uma recomenda-se a implementação de um plano de ação específico, que deverá ser

desenvolvido para priorizar os temas com as menores notas, é importante para a empresa iniciar suas iniciativas por eles.

Uma análise mais minuciosa poderá ser realizada verificando os pontos das questões em cada tema. Caso tenha alguma questão com pontuação zero (resposta "não"), é recomendável que a eleja como prioridade no plano de ação daquele tema. Para isso, deve-se utilizar como referência as experiências positivas que teve nas questões com pontuação mais alta (3 pontos, resposta "sim").

Para a análise do desempenho global da empresa, deve-se considerar o TOTAL GERAL alcançado pela soma das notas dos temas na Ficha de Avaliação (máximo de 70 pontos). Essa nota posicionará a empresa quanto a sua realidade em relação à Responsabilidade Social Empresarial. Dessa forma, avaliações anuais indicarão a evolução da empresa a partir dos resultados alcançados.

De 0 a 10 pontos:

A empresa guarda grandes oportunidades de melhoria, pois ainda não possui uma gestão voltada para a Responsabilidade Social Empresarial. A ferramenta utilizada vai auxiliar a planejar uma forma mais estruturada de aumentar a qualidade e a extensão das ações voltadas para a Responsabilidade Social Empresarial. É importante para a empresa que encontra-se neste estágio, procurar o Sebrae para ajudá-la neste processo e ainda ler a publicação do Instituto Ethos: *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo*.

De 11 a 35 pontos:

A empresa já realiza ações voltadas para a Responsabilidade Social Empresarial. Fazer uma análise mais detalhada da ferramenta utilizada verificando em quais temas obteve pontuação mais alta e o que contribuiu para esse resultado. Consultar os *sites* do Instituto Ethos (www.ethos.org.br) e/ou do Sebrae (www.sebrae.com.br) e busque por boas práticas em Responsabilidade Social Empresarial e idéias de como desenvolver ações criativas e formas de superar obstáculos.

De 36 a 60 pontos:

A empresa já assimilou os conceitos da Responsabilidade Social Empresarial e tem clareza dos compromissos necessários para uma atuação socialmente responsável. Esses compromissos estão trazendo aspectos positivos para seu negócio, por meio de um relacionamento mais próximo e produtivo com as partes envolvidas (governo e sociedade, comunidade, público interno, clientes, fornecedores). Nessa etapa, a empresa possui maturidade para aprofundar alguns aspectos dessa atuação. Analisar os temas individualmente e buscar a estratégia mais adequada para aperfeiçoá-la é o ideal, utilizando um planejamento das ações para médio e longo prazo. Buscar o aprofundamento nos temas abordados com palestras, cursos, encontros empresariais ou bibliografia e *sites*.

De 61 a 70 pontos:

A empresa está inteirada dos temas emergentes de gestão e utiliza a Responsabilidade Social Empresarial para atingir seus objetivos. Nesse estágio, torna-se viável a busca de parcerias e de alianças intersetoriais como forma de potencializar a atuação da empresa e

adquire importância a sistematização de conhecimentos como meio de colaborar com outras empresas.

Após ter sido finalizada essa etapa, que buscou aferir as práticas de Responsabilidade Social Empresarial já realizadas pela PREVISC, foi aplicado (em julho/2004) o segundo questionário “Programa PREVISC de Voluntariado Empresarial”, este, buscou indagar aos funcionários como eles poderiam contribuir, conhecendo assim as suas experiências e as expectativas no campo do voluntariado, bem como suas aptidões para a realização do trabalho voluntário. Já com as entrevistas foi possível conhecer os objetivos e dificuldades encontradas pelas pessoas na empresa. E com a análise documental, realizada a partir de registros de livros, atas e demais documentos arquivados na organização, foi possível resgatar sua perspectiva histórica.

As análises documentais foram realizadas através de leitura exploratória, acompanhada de leitura crítica ou reflexiva e leitura interpretativa.

CAPÍTULO 2 - REVISÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade Social Empresarial

2.1.1 *Histórico*

O histórico da responsabilidade social empresarial remonta a meados do século XVI e está intimamente relacionado ao poder exercido por empresas no contexto político e econômico dos EUA. Já no século XVIII, as autoridades governamentais definiram que a constituição de empresas aconteceria somente através de autorizações concedidas pelo poder público e poderiam ser retiradas, se houvesse entendimento de que deixavam de servir ao interesse público.

Segundo Alessio (2003, p.10) com a guerra civil norte-americana (1861-1865), mudanças na legislação das empresas possibilitou que realizassem também serviços de interesse privado e na medida que seu lucro aumentava, conseguiam exercer maior pressão sobre o governo e obter maiores benefícios, aprovando leis favoráveis a elas mesmas, incluindo isenção sobre danos ao trabalhador ou em questões como salários, horas trabalhadas, condições de trabalho e máxima produção. Em 1919, ainda nos EUA, a questão da Responsabilidade das Empresas tornou-se de conhecimento público no julgamento do caso Dodge versus Ford, no qual os irmãos Dodge processaram a Companhia Ford, porque o então presidente e acionista majoritário da empresa, Henry Ford, em 1916, comunicou aos demais acionistas que os lucros da companhia seriam reinvestidos para fins de expansão da empresa e diminuição nos preços dos automóveis, sendo que a Suprema Corte de Michigan negou o pedido de Ford, justificando que empresas comerciais são organizadas visando lucro aos acionistas. Mesmo perdendo a ação, o episódio representou um marco em termos de responsabilidade social e compromisso com o social.

E frente a estes episódios, algumas variantes do termo contidas no grande leque da responsabilidade social começaram a ser utilizados no mundo empresarial, como: filantropia estratégica, governança corporativa, cidadania empresarial, investimento social privado, ação social e responsabilidade social corporativa, embora os mais utilizados são:

- cidadania empresarial: Co-responsabilidade pelo bem-estar da comunidade (MELO RICO, 1998).
- investimento social privado: O uso planejado, monitorado e voluntário de recursos privados em projetos sociais de interesse público (GIFE, 2002).
- ação social: Atividades de assistência social, desde pequenas doações eventuais até grandes projetos estruturados (<http://www.ipea.gov.br>).
- responsabilidade social empresarial: Forma de conduzir os negócios que a torna a empresa co-responsável pelo desenvolvimento social, pela capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes- *stakeholders*: clientes, funcionários, fornecedores, comunidade, governo e meio ambiente, por exemplo- e conseguindo incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos (<http://www.ethos.org.br>).

2.1.2 Conceitos

Como acima explicitado, a Responsabilidade Social Empresarial surge do desenvolvimento da economia mundial, que é fortemente influenciada pela consolidação de um novo paradigma técnico-econômico, no qual o fenômeno denominado genericamente de globalização conduz os setores produtivos a um esforço crescente na busca pela obtenção de vantagens competitivas.

Segundo publicação do *Instituto Ethos* intitulada Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas (2003, p.6):

[...] no passado, o que identificava uma empresa competitiva era basicamente o preço de seus produtos. Depois, veio a onda da qualidade, mas ainda focada nos produtos e serviços. Hoje, as empresas devem investir no permanente aperfeiçoamento de suas relações com todos os públicos dos quais dependem e com os quais se relacionam: clientes, fornecedores, empregados, parceiros e funcionários. Isso inclui também a comunidade na qual atua, o governo, sem perder de vista a sociedade em geral, que construímos a cada dia.

Conforme Mendonça (2003. p. 35), o binômio inovação - competitividade constitui-se num elemento cuja importância é fundamental para a modernização do parque produtivo nacional, com vistas à ampliação de sua participação no comércio internacional de bens e serviços. E, como neste cenário muito se comenta sobre a correta interpretação e empregabilidade do termo responsabilidade social, abaixo relacionar-se-á alguns conceitos, adotados por estudiosos e Instituições:

Para Ashley (2002, p. 6) o termo pode ser definido como:

[...] o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo pró-ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela [...].

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) em seu relatório denominado *Empresas, Responsabilidade Corporativa e Investimento*

Social (BNDES, 2000) diz que:

O conceito de responsabilidade social corporativa (RSC) está associado ao reconhecimento de que as decisões e os resultados das atividades das companhias alcançam um universo de agentes sociais muito mais amplo do que o composto por seus sócios e acionistas (shareholders).

Desta forma, a responsabilidade social corporativa, ou cidadania empresarial, como também é chamada, enfatiza o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem (stakeholders): empregados, fornecedores, clientes, consumidores, funcionários, investidores, competidores, governos e comunidades.

Este conceito expressa compromissos que vão além daqueles já compulsórios para as empresas, tais como o cumprimento das obrigações trabalhistas, tributárias e sociais, da legislação ambiental, de usos do solo e outros. Expressa, assim, a adoção e a difusão de valores, condutas e procedimentos que induzam e

estimulem o contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais, para que também resultem em preservação e melhoria da qualidade de vida das sociedades, do ponto de vista ético, social e ambiental.

O tema da responsabilidade social integra-se, portanto, ao da governança corporativa, ou seja, com a administração das relações contratuais e institucionais estabelecidas pelas companhias e as medidas adotadas para o atendimento das demandas e dos interesses dos diversos participantes envolvidos. Desta forma, a responsabilidade social corporativa está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais questões como as ambientais e sociais são crescentemente mais importantes para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios (2000, p.4-5).

De maneira geral podemos identificar duas categorias básicas de atividades que poderiam expressar a *responsabilidade social empresarial* de uma organização: a *responsabilidade social interna* e a *responsabilidade social externa*; a primeira com foco no público interno e a segunda com foco na comunidade (Melo Neto & Froes, 1999).

Segundo Melo Neto e Froes (1999), a *responsabilidade social interna* engloba as atividades voltadas ao público interno da organização, incluindo não apenas os empregados mas também seus dependentes. Tais atividades são comumente desenvolvidas nas seguintes áreas: educação; lazer; políticas salarial e de benefícios; assistência nas áreas de saúde, moradia e transporte; programas participativos e integrativos; etc. Ainda nesta categorização, podem ser incorporadas determinadas práticas empresariais que não se limitam apenas ao seu corpo de funcionários, estendendo-se pela rede de parceiros, os quais podem ser organizações ou indivíduos contratados ou terceirizados, fornecedores e demais parceiros que possuam contato mais direto com a empresa.

Para estes autores, na *responsabilidade social externa* considera-se o conjunto de atividades cujo beneficiário é o público externo à organização: a comunidade. Tais atividades não se restringem apenas às comunidades afetadas diretamente pelas atividades da organização, podendo ser extensíveis a todo o espectro social. Nessas atividades inclui-se toda uma variedade de possíveis ações nas áreas social e ambiental, como: realização de doações,

seja de produtos, materiais ou outros recursos; desenvolvimento de programas de prestação de serviços voluntários; realização de parcerias com instituições públicas e entidades do terceiro setor; adoção de causas sociais ou ambientais; desenvolvimento, adoção ou engajamento em projetos sociais e ambientais; etc.

Melo Neto e Froes (1999, p.78) relacionam o que consideram ser os sete principais vetores da responsabilidade social de uma empresa:

- a) apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- b) preservação do meio ambiente;
- c) investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e em um ambiente de trabalho agradável;
- d) comunicações transparentes;
- e) retorno aos acionistas;
- f) sinergia com os parceiros;
- g) satisfação dos clientes e/ou consumidores.

Dentre as várias tentativas para definir o tema, aquela que melhor se aplica as expectativas deste trabalho é a formulada pelo Instituto Ethos, através dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social (2000, p. 5 - 9) que explicita-a da seguinte forma:

Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

Vale ressaltar a atuação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social que é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar

as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

Segundo dados colhidos no *site* do Instituto, em Dezembro de 2004 o Ethos já conta com 958 associados – empresas de diferentes setores e portes – têm faturamento anual correspondente a cerca de 30% do PIB brasileiro e empregam cerca de 1 milhão de pessoas, tendo como característica principal o interesse em estabelecer padrões éticos de relacionamento com funcionários, clientes, fornecedores, comunidade, acionistas, poder público e com o meio ambiente.

Foi idealizado por empresários e executivos oriundos do setor privado, hoje é um pólo de organização de conhecimento, troca de experiências e desenvolvimento de ferramentas que auxiliam as empresas a analisar suas práticas de gestão e aprofundar seus compromissos com a responsabilidade corporativa. É hoje uma referência internacional no assunto e desenvolve projetos em parceria com diversas entidades no Brasil e no mundo todo.

O Instituto Ethos, atualmente trabalha prioritariamente em cinco linhas de atuação:

- Ampliação do movimento de responsabilidade social empresarial (sensibilização e engajamento de empresas em todo o Brasil, articulação de parcerias, sensibilização da mídia para o tema da RSE, coordenação da criação do comitê brasileiro do Global Compact etc);
- Aprofundamento de práticas em RSE (Indicadores Ethos de RSE – incluindo versões para micro e pequenas empresas e alguns setores da economia –, Conferência Nacional anual para mais de 1 mil participantes, constituição de redes de interesse, promoção da publicação de balanços sociais e de sustentabilidade, produção de publicações e manuais práticos);

- Influência sobre mercados e seus atores mais importantes no sentido de criar um ambiente favorável à prática da RSE (desenvolvimento de critérios de investimentos socialmente responsáveis com fundos de pensão no Brasil, desenvolvimento de programa de políticas públicas e RSE, participação em diversos conselhos governamentais para discussão da agenda pública brasileira).
- Articulação do movimento de RSE com políticas públicas:
 - a. desenvolvimento de políticas para promover a RSE e desenvolver marcos legais;
 - b. promoção da participação das empresas na pauta de políticas públicas do Instituto Ethos;
 - c. fomento à participação das empresas no controle da sociedade, por meio de acompanhamento e cobrança das responsabilidades legais, transparência governamental e conduta ética;
 - d. divulgação da RSE em espaços públicos e eventos;
 - e. estruturação de processos de consulta a membros e parceiros da companhia.
- Produção de informação (pesquisa anual Empresas e Responsabilidade Social – Percepção e Tendências do Consumidor, produção e divulgação de conteúdo e um site de referência sobre o tema na internet, coleta e divulgação de dados e casos das empresas, promoção do intercâmbio com entidades internacionais líderes no tema da responsabilidade social).

2.2. Dimensões da Responsabilidade Social Empresarial

Nessa etapa, dando continuidade à pesquisa bibliográfica identificou-se as sete dimensões que sintetizaram a abordagem da Responsabilidade Social Empresarial, as quais, segundo Mendonça (2003, p. 45), são:

2.2.1 Dimensão Estratégia & Transparência

A análise dessa dimensão procura demonstrar até que ponto a organização evidencia e dissemina, através de suas linhas estratégicas globais, a prática de uma gestão socialmente responsável. Considera também a abertura que a organização proporciona para que sejam discutidas suas estratégias de negócios e questões a elas relacionadas, e finalmente, procura avaliar se a mesma: pratica uma gestão de transparência de estratégias e resultados, a partir do diálogo estruturado com as partes interessadas; compartilha suas experiências com outras organizações e, por fim, divulga os resultados obtidos através da emissão e publicação do Balanço Social e relatório de gestão.

2.2.2 Dimensão Público Interno

Sobre essa dimensão, pressupõe-se que a organização evidencie esforços e atitudes que sejam comprometidas com o bem estar dos seus trabalhadores em sentido amplo, reconhecendo-lhes o valor e, principalmente, assumindo a obrigação ética de combater todas as formas de discriminação, aproveitando dessa forma, as oportunidades oferecidas pela diversidade da riqueza étnica e cultural de nossa sociedade.

Paralelamente tenta-se buscar elementos que permitam mensurar a melhor disseminação de atributos que, em sentido amplo, representariam: manutenção e ampliação dos atuais níveis de empregabilidade praticados; discernimento e postura ética frente à

necessidade de executar processos que envolvam a demissão de pessoas; o estabelecimento de políticas de participação nos resultados, que estejam associadas a programas de capacitação e qualificação profissional realizados sob base contínua.

2.2.3 Dimensão Meio Ambiente

Nessa dimensão, o instrumento procura auxiliar na investigação e controle dos possíveis impactos ambientais causados pela atividade produtiva da organização, buscando identificar se ela: conhece os principais impactos ambientais causados por sua atividade e foca a sua ação preventiva nos processos que oferecem dano potencial à saúde e segurança de seus trabalhadores; estabelece e implementa programas de educação ambiental, destinados à comunidade na qual está inserida; produz análises de impacto de todos seus processos, independentemente do cumprimento de obrigações legais e utiliza de forma coerente e racional os recursos naturais e materiais, envolvidos diretamente com execução de suas atividades produtivas.

2.2.4 Dimensão Consumidores

Sobre a análise dessa dimensão, o instrumento apresenta como proposta uma possível inovação nos critérios tradicionais de avaliação, visto que correlaciona, em linha direta, fornecedores e consumidores num único patamar de tratamento. Uma atuação socialmente responsável por parte da organização, obrigá-la a oferecer aos seus clientes a mesma gama de benefícios e vantagens, obtidas quando da execução de suas negociações com fornecedores. Obviamente, a inversão desse raciocínio também é assumida nesse contexto como legítima, verdadeira e factível.

Considerando-se ainda, a influência do marketing na formação de hábitos de consumo das pessoas e na criação de uma imagem que inspire credibilidade e confiança, investiga-se também, se a empresa desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores e assistência técnica, visando dessa forma à constante melhoria da gestão do marketing integrado, criando uma cultura de respeito e valorização perante aos consumidores.

2.2.5 Dimensão Fornecedores

Marcada pela valorização das relações com os fornecedores oferece à organização uma oportunidade ímpar de intermediá-la em prol dos seus clientes, garantindo-se assim, equilíbrio e equidade no desdobramento dos processos de comercialização. Entende-se também, que agir com probidade e equilíbrio na consecução dos negócios assume um viés diferenciado nos relacionamentos verificados entre aqueles atores. Portanto, ao praticar para com seus clientes, o mesmo leque atributos obtidos junto aos fornecedores, a organização passa a demonstrar de forma clara, objetiva e inequívoca que está angariando e concomitantemente disseminando valores, sob os quais o mundo dos negócios ainda carece de um maior grau de amadurecimento.

2.2.6 Dimensão Comunidade

A dimensão que aponta para um tratamento e relacionamento comunitário classificado como eficaz e socialmente responsável, reúne questões que necessitam de evidências mais que objetivas, por parte das organizações. Sobre esse aspecto, é muito comum identificar-se que sob o “*pano de fundo*” de uma atuação realmente comprometida com os interesses, anseios e necessidades comunitárias, muitas organizações utilizam-se do artifício da filantropia, para

minorar ou atenuar a neutralidade do impacto de sua atuação na comunidade na qual está inserida.

Muito embora a filantropia seja considerada como uma parte importante das ações decorrentes da consciência sobre a urgência de se promover a justiça social, sob a pena de se inviabilizar o chamado desenvolvimento sustentável, deve-se perceber que ela é tão somente uma parte do todo e, como não atua nas causas fundamentais dos desequilíbrios sociais, tem seu poder limitado apenas à amenização dos sintomas desses desequilíbrios, como afirma (Carvalho, 2000, p. 43).

Observa-se então que a responsabilidade social de uma organização envolve muito mais do que filantropia. E, antes mesmo da adoção de qualquer ação, inclusive filantrópica, a responsabilidade social passa obrigatoriamente pela:

- Identificação, reconhecimento e caracterização dos seus próprios aspectos sociais, como também das crenças e padrões de conduta que interagem com os meios de vida e organização social da comunidade na qual está inserida;
- Avaliação e determinação do tipo e magnitude do grau de mudança causada por tais aspectos na qualidade de vida das pessoas e suas inter-relações;
- Estabelecimento e gerenciamento de planos de ação que promovam a melhoria nos padrões de desempenho social da organização.

2.2.7 Dimensão Governo e Sociedade

Essa última dimensão selecionada para compor o instrumento poderá permitir uma avaliação sobre como a organização se comporta em relação aos seus relacionamentos e ações direcionadas aos aspectos governamentais e sociais. Atitudes de comprometimento e atendimento a requisitos legais regulatórios, conjugados com uma atuação de mesmo calibre,

evidenciada no campo social, devem proporcionar-lhe uma atmosfera de conformidade, tranquilidade e senso de civilidade. Em síntese, procura-se mensurar se na sua participação em associações e fóruns empresariais, a organização: trabalha ativa e pró-ativamente, contribuindo com recursos diversos, na elaboração de programas, processos e propostas concretas de interesse público e caráter social comprovado.

CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO

3.1 Histórico da Organização

A PREVISC - Sociedade de Previdência Complementar do Sistema Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina foi criada em 1982 tendo como Entidades Instituidoras a FIESC – Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina, SESI – Serviço Social da Indústria, SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Indústria e o CIESC – Centro das Indústrias do Estado de Catarina.

Em função do elevado custo inicial de implantação, correspondente a 7% (sete por cento) do valor da folha de salários do ano anterior, a PREVISC somente iniciou atividades em 1987.

Ao iniciar atividades em 1987 a PREVISC tinha como propósito exclusivo a “administração do Plano de Previdência - Fundo de Pensão dos funcionários do Sistema FIESC”.

No cumprimento de seus objetivos o corpo técnico da PREVISC aprimorou processos administrativos, adquiriu novos conhecimentos técnicos nas áreas de previdência, atuariais e financeiras e, partir daí desenvolveu sistemas informatizados estabelecendo um desenvolvimento contínuo de gestão integrada dos processos administrativos, permitindo que estes serviços fossem oferecidos a outras Entidades ou Empresas.

Neste ponto a PREVISC deixa de ser um fundo próprio – administrando Planos de Previdência de uma única empresa ou grupo empresarial, para se transformar num fundo multipatrocinado – o uso da mesma estrutura corporativa para administrar vários Fundos de Pensão de várias empresas.

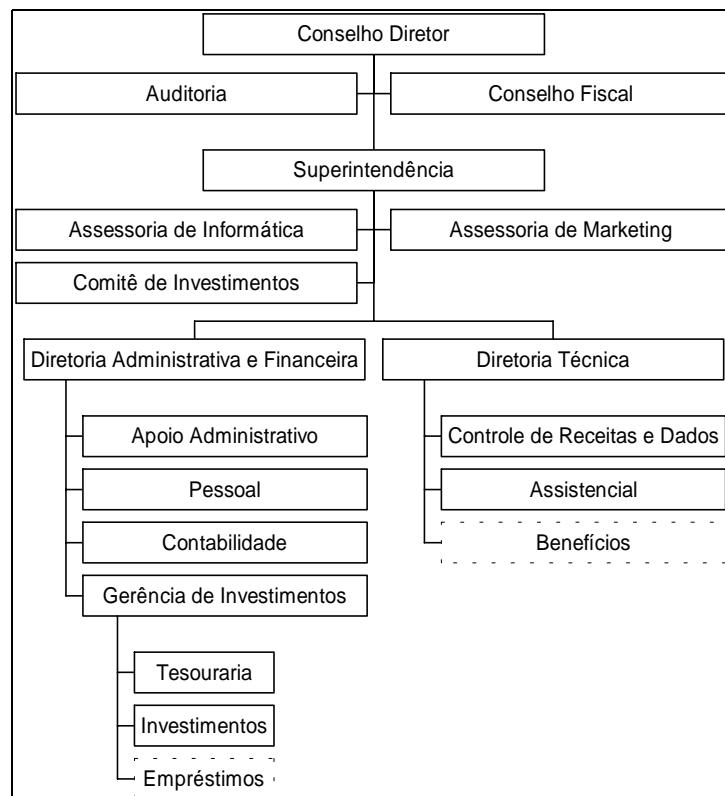
O “*desenvolvimento e administração de previdência*” passam a ser um negócio que, quando iniciado pela PREVISC em 1992, somente outras duas empresas prestavam este tipo de serviço o Banco Montreal e a SUPREV, ambos em São Paulo.

A PREVISC hoje administra os Planos de Previdência de 27 empresas no país e vem se desenvolvendo nesta área de previdência, inclusive com a criação de novos serviços para empresas e Entidades Públicas.

3.2 Estrutura Organizacional

A PREVISC atende integralmente a legislação e todos os preceitos técnicos exigidos para o funcionamento de um Fundo Multipatrocinado, ao observarmos o organograma podemos visualizar rapidamente como sua estrutura administrativa e enxuta e bem distribuída.

Organograma da PREVISC



Fonte: PREVISC

Figura 01 – Organograma da PREVISC

3.2.1 Órgãos de Controle

Os órgãos de controle da PREVISC são três: o Conselho Diretor, o Conselho Fiscal e a Diretoria.

- Conselho Diretor

O Conselho Diretor é composto por até 8 (oito) pessoas, sendo as vagas distribuídas conforme os critérios abaixo:

- a) 4 (quatro) representantes indicados pelas Patrocinadoras Instituidoras;
- b) 2 (dois) representantes dos Participantes da PREVISC, eleitos pelos mesmos;
- c) o Presidente em exercício da Associação dos Pré-Aposentados e Aposentados do Sistema FIESC – APAS;
- d) o Presidente do Conselho Diretor, a ser indicado pelo Presidente da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina.

- Conselho Fiscal

O órgão responsável pela fiscalização da PREVISC, seu principal objetivo e controle da gestão econômico-financeira da Sociedade. Os ocupantes das 3 (três) vagas do conselho são escolhidos a critério do Presidente da FIESC, devendo os mesmos serem submetidos ao Conselho Diretor.

- Diretoria

A direção da PREVISC é composta pelo Diretor Superintendente, pelo Diretor Administrativo e Financeiro e pelo Diretor Técnico, tendo cada um deles mandato por tempo indeterminado, podendo ser substituídos a qualquer tempo.

O Diretor Superintendente é indicado pelo Presidente da FIESC. Esse, por sua vez, tem a incumbência de designar e/ou dispensar os demais membros da Diretoria.

3.2.2 *Áreas Operacionais*

- Assessoria de Marketing

Seu objetivo facilitar a comunicação da PREVISC com o ambiente externo, incluindo patrocinadoras, participantes dos planos, clientes potenciais, imprensa, órgãos reguladores e sociedade em geral.

Estão sob sua responsabilidade as informações prestadas pelos veículos de comunicação da entidade, como o informativo trimestral PREVISC Notícias e a página na internet.

- Assessoria de Informática

A Assessoria de Informática tem pelo menos dois papéis fundamentais para o bom andamento das atividades da PREVISC:

Um deles é o desenvolvimento de sistemas que proporcionem agilidade e confiabilidade na execução de cálculos complexos, como de benefícios ou empréstimos, e

também na emissão de relatórios que permitam acompanhar a evolução dos mais diversos índices que fazem parte do dia-a-dia de um fundo de pensão.

O segundo, e não menos importante, diz respeito à segurança no armazenamento de todas essas informações, tanto em relação a invasões externas quanto a possíveis danos causados por intempéries.

A opção da PREVISC em manter uma equipe interna de desenvolvimento de sistemas garante a sua perfeita adequação às necessidades, além de uma grande flexibilidade e agilidade na implantação de mudanças, quando necessárias.

- Apoio Administrativo

E a área que viabiliza o bom andamento das atividades de todas as outras. Entre suas atribuições estão a organização das agendas de compromissos e de telefones, a entrada e saída de correspondências, a manutenção dos estoques de materiais de consumo, a contratação de serviços e a aquisição de equipamentos.

- Gerência de Investimentos

Abrange as áreas diretamente ligadas à administração de recursos financeiros: Empréstimos, Investimentos e Tesouraria.

Responsável pela alocação do patrimônio dos planos de benefícios sob administração da PREVISC. As aplicações são feitas observando-se as diretrizes estabelecidas pelo Comitê de Investimentos e monitoradas continuamente, garantindo assim rentabilidade e segurança.

A tesouraria é responsável pelas contas a pagar e a receber da entidade. Dispõe de um

fundo fixo para compras ocasionais de baixo valor. As demais despesas dependem de autorização da Diretoria.

- Empréstimos

Responsável pelo recebimento as solicitações de empréstimo dos participantes. Quando todos os dados estão corretos e os prazos cumpridos a solicitação é aprovada e liberada nas datas pré-estabelecidas.

- Pessoal

As atribuições desta área são as de praxe. Manutenção da documentação legal de todos os funcionários, folha de pagamento de salários, registro de férias, etc.

- Contabilidade

A área de Contabilidade registra e acompanha a alocação de cada centavo do patrimônio da PREVISC e de seus participantes. Somente assim é possível controlar todas as receitas e despesas da entidade com precisão, evitando atrasos nos pagamentos e cobrando todas as contas a receber.

- Controle de Receitas e Dados / Assistencial

Na prática duas áreas distintas sob a responsabilidade das mesmas pessoas.

A área de Controle de Receitas e Dados é responsável pelo primeiro contato com os participantes – e a que mantém este contato por mais tempo. Aqui se faz o cadastramento e o controle do recebimento das contribuições mensais de todos os participantes e patrocinadoras da PREVISC.

Costuma dizer que um cadastro confiável é de importância fundamental para que se possa fazer os cálculos atuariais com maior precisão, garantindo a saúde financeira e atuarial dos planos de benefícios. É por isso que a PREVISC insiste em solicitar aos seus participantes que auxiliem neste processo, comunicando toda e qualquer alteração no seu cadastro, como endereço, telefones e composição familiar.

A área Assistencial administra os planos de saúde em convênio com a UNIMED-SC.

- Benefícios

É a área que representa a atividade fim da PREVISC, onde são calculados os valores das suplementações de benefícios daqueles que se afastam, além do cálculo mensal da folha de pagamento de todos os beneficiários da entidade.

A área de benefícios também faz o acompanhamento das perícias médicas dos participantes em auxílio-doença e calcula as restituições das contribuições daqueles que se desligam da patrocinadora sem terem direito regulamentar a um benefício pelo seu plano.

3.3 Clientes

Tabela 03 – Clientes da PREVISIC

Sistema	Descrição Patrocinadora
Sistema FIESC	Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina-FIESC
	Centro das Indústrias do Estado de Santa Catarina - CIESC
	Associação Beneficente dos Servidores da FIESC/SESI/SENAI/CIESC/IEL/PREVISIC – ASFISSI
	CONDOMÍNIO FIESC/SESI/SENAI
	Serviço Social da Indústria -- SESI-SC
	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI-SC
	Soc. de Prev. Compl. do Sist. FIESC - PREVISIC
SENAI-PI	Instituto Euvaldo Lodi - IEL-SC
Sistema FIEMS	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI-PI
	Federação das Indústrias do Estado do Mato Grosso do Sul-FIEMS
	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI-MS
	Serviço Social da Indústria SESI-MS
Sistema FECOMÉRCIO-SC	CONDOMÍNIO FIEMS/SESI/SENAI
	Instituto Euvaldo Lodi IEL-MS
	Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina - FECOMÉRCIO-SC
SENAI-MA	Serviço Social do Comércio SESC-SC
	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial SENAC-SC
SEBRAE-SC	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial SENAI-MA
UNIVALI	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE-SC
Sistema FIEP	Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI
	Federação das Indústrias do Estado do Paraná - IEP
	Centro das Indústrias do Estado do Paraná - CIEP
	Serviço Social da Indústria - SESI-PR
FUNPEX	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
	Instituto Euvaldo Lodi – IEL
	Fundação de Pesquisas Educacionais

Fonte: PREVISIC

3.4 Fornecedores

Tabela 04 – Fornecedores de Materiais

1.	100% INFORMÁTICA
2.	ACECO PRODUTOS PARA ESCRITÓRIO E INFORMÁTICA LTDA.
3.	ACJ INFORMÁTICA LTDA.
4.	A & L AVALIAÇÕES E ENGENHARIA S/C LTDA.
5.	CIASC – CENTRO DE INFORMÁTICA E AUTOMAÇÃO DE SC
6.	COMERCIAL CARLA MÁQUINAS DE ESCRITÓRIO LTDA.
7.	COPYFLO EDITORA E COMÉRCIO LTDA.
8.	DATABYTE
9.	DÍGITRO TECNOLOGIA LTDA.
10.	DIVIART DIVISÓRIAS E ACABAMENTOS LTDA.
11.	EDEZIO DA SILVA – ME
12.	ELBERT INDÚSTRIA GRÁFICA LTDA.
13.	GRÁFICA COAN – MILANO EDITORA GRÁFICA LTDA.
14.	GRÁFICA CONTINENTE – VALMOR CARDOSO & CIA. LTDA.
15.	GRÁFICA IPÊ LTDA
16.	GRÁFICA ROCHA
17.	GRÁFICA ZANÉTTI
18.	IMPRESSORA IPIRANGA

19.	INFOSHOP
20.	INFOVIEW SIST. DE APRESENTAÇÕES LT.
21.	LIVRARIA E DITRIB. CURITIBA LTDA.
22.	MEPAS REPRES. COM.DE MATERIAL ESCRIT. LTDA.
23.	PATRÍCIA MOTTA FAGUNDES
24.	PRINTFORM FORMULÁRIOS LTDA
25.	PRÓMICRO INFORMÁTICA LTDA. – ME
26.	QUALITYGRAF STÚDIO GRÁFICO LTDA.
27.	RSTECH LTDA.
28.	RZ MILA INFORMÁTICA, COM. E IMPORTAÇÃO LTDA.
29.	SCAL RECICLADOS LTDA.
30.	SEPROL
31.	SESI – SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA
32.	TERRA FINE PAPERS
33.	VIDRAÇARIA VIDROCENTER LTDA.

Fonte: PREVISIC

Tabela 05 – Fornecedores de Serviços

1	AUSTIN ASIS SERVIÇOS E COM. LTDA.
2	AVALISC ENG. DE AVALIAÇÕES SC LTDA.
3	BANCO ABC-BRASIL
4	BANCO ALFA DE INVESTIMENTO S.A.
5	BFII – SUDAMERIS
6	COMPUWARE DO BRASIL S.A.
7	DATAA – CONSULTORIA S/C LTDA.
8	DUALLINE
9	ELO SOFT SERVIÇOS EM INFORMÁTICA LTDA.
10	ETHERMÍDIA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO LTDA.
11	F.TRALDI – ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES S.C. LTDA.
13	LLOYDS ASSET MANAGEMENT
14	MCAFEE - COMPUSUL CONSULTORIA E COM. DE INFORMÁTICA LTDA.
15	ORACLE DO BRASIL S.A.
16	SANTOS ASSET MANAGEMENT LTDA.
17	SCO UNIX
19	SUPREV – SERVIÇOS DE CONSULTORIA E ASSESSORIA EM PREV. PRIVADA S/C LTDA.
20	TOWERS PERRIN, FORSTER & CROSBY LTDA.
21	X CORP CONSULTORIA E INFORMÁTICA

Fonte: PREVISIC

3.5 Aplicação do Instrumento de Avaliação na Empresa

Seguindo a metodologia proposta pela ferramenta utilizada, o processo de aplicação foi efetuado por dois funcionários, previamente capacitados, e responsáveis pelas ações de Responsabilidade Social.

Neste primeiro momento, por tratar-se de um diagnóstico preliminar, optou-se por não envolver todos os públicos de interesse, o objetivo é que estes participem efetivamente nas próximas avaliações.

3.6 Interpretação dos Resultados Obtidos

Concluída a fase de obtenção das respostas do questionário, o instrumento prevê a necessidade de sua totalização dos dados e para tanto, foi utilizada a ficha de avaliação que possibilita o somatório dos pontos obtidos.

Ficha Avaliação - PREVISC					
Tema	Questão	Resposta	Pontos	Fator de Correção	Nota do Tema
Valores e Transparência	1	NÃO	0		
	2	NÃO	0		
	3	NÃO	0		
	4	EM GRANDE PARTE	2		
	Total		2	0,833	1,67
Público Interno	5	SIM	3		
	6	SIM	3		
	7	SIM	3		
	8	SIM	3		
	9	SIM	3		
	10	SIM	3		
	11	SIM	3		
	12	SIM	3		
	Total		27	0,370	9,99
Meio Ambiente	14	EM GRANDE PARTE	2		
	15	SIM	3		
	16	EM PARTE	1		
	Total		6	1,11	6,66
Fornecedores	17	NÃO	0		
	18	NÃO	0		
	19	NÃO	0		
	20	NÃO	0		
	21	SIM	3		
	Total		3	0,667	2,00
Consumidores e Clientes	22	SIM	3		
	23	SIM	3		
	24	SIM	3		
	25	SIM	3		
	Total		12	0,833	10,00
Comunidade	26	NÃO	0		
	27	EM PARTE	1		
	28	EM PARTE	1		
	29	NÃO	0		
	30	NÃO	0		
	31	NÃO	0		
	32	EM PARTE	1		
	33	NÃO	0		
	Total		3	0,417	1,25
Governo e Sociedade	34	SIM	3		
	35	NÃO	0		
	36	NÃO	0		
	37	NÃO	0		
	Total		3	0,833	2,50
Total Geral				34,06	

Fonte: Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas

Tabela 06 – Ficha Avaliação Responsabilidade Social PREVISC

3.6.1 *Valores e Transparência*

A pontuação obtida pela empresa neste quesito revela uma grande debilidade da mesma, pois é consequência direta da ausência de um instrumento formalizado, que poderíamos denominar de “Declaração de Valores”, instrumento este que as empresas buscam determinar a forma pela qual administram os seus negócios.

Conseqüentemente, inexistente na empresa o Código de Ética, que é decorrente da Declaração de Valores. Este poderá ajudar a:

- desenvolver relações sólidas com fornecedores, clientes e outros parceiros;
- reduzir o número de processos legais;
- negociar conflitos de interesse; e
- assegurar o cumprimento das leis;

E entre os princípios geralmente mencionados num Código de Ética estão: honestidade, justiça, compromisso, respeito ao próximo, integridade, lealdade, solidariedade.

Um ponto forte da PREVISC nesta dimensão, é que já existe um ambiente de trabalho no qual as pessoas podem abertamente discutir seus pontos de vista, e a alta direção está disponível para prestar esclarecimentos e ouvir diferentes opiniões.

As decisões em muitas oportunidades são compartilhadas com os funcionários, o planejamento anual é realizado em conjunto, onde todos os funcionários podem opinar e participar ativamente seja expondo suas críticas ou trazendo soluções. Existem reuniões periódicas com os funcionários e temas relevantes são levantados e discutidos abertamente.

Então o que se recomenda é a formalização dos documentos acima mencionados, pois muito do seu conteúdo já está internalizado pelas pessoas na organização, fazem parte da sua cultura.

3.6.2 *Público Interno*

A preocupação da PREVISC com seus funcionários é um ponto a ser destacado pois a mesma atinge excelência neste quesito, as pessoas são uma preocupação constante, além dos aspectos legais que são rigorosamente cumpridos, há um encorajamento onde as pessoas podem se expressar trazer novas idéias.

O desenvolvimento profissional da equipe é incentivado de várias formas, seja subsidiando parcial ou integralmente cursos de graduação e pós-graduação, cursos de línguas estrangeiras e outros, e ainda possibilitando ao funcionário a realização dos mesmos durante o horário de trabalho.

Os resultados da empresa são amplamente debatidos, no estágio atual discute-se como cada colaborador ou setor pode contribuir para o alcance das metas previamente estabelecidas, estas também traçadas de forma participativa.

Quanto às políticas de remuneração e incentivo, estão em fase de reestruturação, mas são compatíveis e muitas vezes superiores às praticadas por empresas do mesmo setor.

No quesito demissões, a empresa apresenta conduta exemplar, trabalha com uma equipe pequena altamente qualificada (90% dos funcionários possuem curso superior), e por essa razão o *turnover* é próximo de zero, os desligamentos geralmente são iniciativa dos funcionários e por motivos alheios à atividade ou convivência na empresa.

A vida pessoal de cada colaborador é respeitada, são evitados prolongamentos do expediente de trabalho, eventos obrigatórios durante o horário de almoço e viagens sem aviso prévio.

Quanto ao bem-estar e segurança, a empresa oferece plano de previdência, duas modalidades de plano de saúde, para melhor adequar-se à expectativa de cada colaborador ou

do seu grupo familiar, o plano de saúde é extensivo aos dependentes legais com possibilidade de inclusão de outros, tais como pais, sogros, ex-cônjuges, irmãos, etc.

Anualmente além dos exames periódicos obrigatórios, a empresa propicia a todos os funcionários (inclusive estagiários) um *check-up* completo que vai desde exames complementares mais simples à os de alta complexidade.

Estimula a prática de hábitos de trabalho saudáveis, através da ginástica laboral e massoterapia, valoriza um ambiente de trabalho ergonômico e agradável.

Existem entretanto, aspectos a serem observados, tais como a formalização de práticas que facilitem a diversificação na seleção de pessoal, bem como o estabelecimento de diretrizes contra o abuso moral e sexual.

3.6.3 *Meio-Ambiente*

Neste quesito a empresa já apresenta algumas ações, medidas como consumo racional de energia, coleta seletiva de lixo, economia no consumo de papel, já são praticadas e amplamente difundidas.

O incentivo aqui deverá ser na educação e conscientização ambiental dos funcionários, tanto nas relações pessoais como profissionais, um exemplo será adoção de uma política ecológica de compras, dando prioridade à compra de produtos ambientalmente corretos.

3.6.4 *Fornecedores*

A política de Responsabilidade Social da PREVISC em relação aos seus fornecedores é praticamente nula, apesar de estabelecer um diálogo, ser transparente em suas ações e

cumprir os contratos estabelecidos, não existe atualmente uma preocupação em divulgar e/ou fomentar seus valores para cadeia de fornecedores.

Será importante para a PREVISC, começar preocupar-se em firmar parcerias que explicitem claramente as suas expectativas, formalizar um comprometimento com questões sejam importantes para a consolidação das práticas de Responsabilidade Social.

3.6.5 Clientes e Consumidores

Na PREVISC a preocupação com o cliente é uma questão essencial, os serviços são confiáveis em termos de qualidade e segurança, o resultado do questionário é apenas a ratificação da postura tomada.

Há um efetivo comprometimento da empresa e dos funcionários, na transparência e na efetividade do entendimento do serviço prestado, existem vários canais de comunicação, que facilitam o contato, e há uma pesquisa de opinião em relação à Organização.

3.6.6 Comunidade

É inexistente na PREVISC qualquer ação que busque aproximar a empresa do seu entorno, mas a mesma reconhece a importância de estar presente, e por essa razão está desenvolvendo seu Programa de Voluntariado Empresarial, que priorizará ações na comunidade, esse tema será abordado no tópico Ações Sugeridas.

3.6.7 Governo e Sociedade

A relação com a esfera pública, bem como o cumprimento das leis, fazem parte da gestão da PREVISC, a mesma procura participar de organizações que integrem empresários, associações comerciais, e um exemplo é associação com a ABRAPP (Associação Brasileira de Fundos de Pensão) e com a Associação Catarinense de Fundos de Pensão.

3.6.8 Avaliação Global

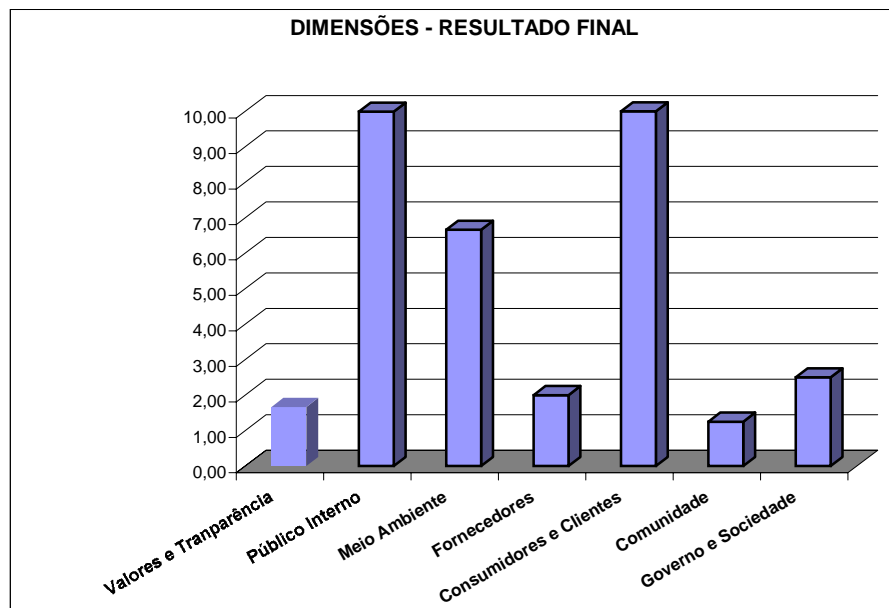
Ao consideramos a análise de desempenho global da PREVISC, obtida somando-se das notas de cada tema, constantes no Questionário, a nota obtida foi 34,06 pontos num total de 70 pontos possíveis.

Esse resultado indica que a empresa já realiza ações voltadas para a Responsabilidade Social, e fazendo-se uma análise mais acurada podemos perceber que existem dimensões em que a empresa é de nível excelente e em outros ainda é muito incipiente.

Os destaques da PREVISC estão nas dimensões Público Interno e Consumidores e Clientes, nestes quesitos todos os aspectos são atendidos e em muitos casos superados.

Já na dimensão Meio Ambiente, a PREVISC tem uma atuação, mas de forma tímida, as medidas ainda são restritas as operações internas da empresa, não se chegou a um patamar onde a educação seja permanente e exista uma cultura de difundi-la.

Nas demais dimensões, a PREVISC terá um grande desafio, mas para isso está sendo criado um comitê de Responsabilidade Social, e as ações e planos serão explicitados no decorrer do trabalho.



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 01 –Dimensões da Responsabilidade Social PREVIC

3.7 Ações Sugeridas

Ao finalizar a análise dos resultados da avaliação, buscou-se traçar um conjunto de ações das dimensões avaliadas, e que através destas a Empresa busque operacionalizar projetos nas áreas que a Empresa julgue necessários.

3.7.1 Ações da Dimensão Comunidade

O primeiro e principal projeto sugerido e já iniciado pela empresa é o “Programa Previsic de Voluntariado Empresarial”, que teve seu início em agosto/2004, quando os 24 funcionários foram capacitados por uma profissional especializada na área de Voluntariado.

Após a capacitação, que foi uma palestra acerca da temática voluntariado, foi aplicado o questionário para verificar as experiências e expectativas dos mesmos.

3.7.1.1 Programa Previsc de Voluntariado Empresarial

Após a capacitação, o passo seguinte foi a confecção e aplicação de um questionário, os resultados da pesquisa foram os seguintes:

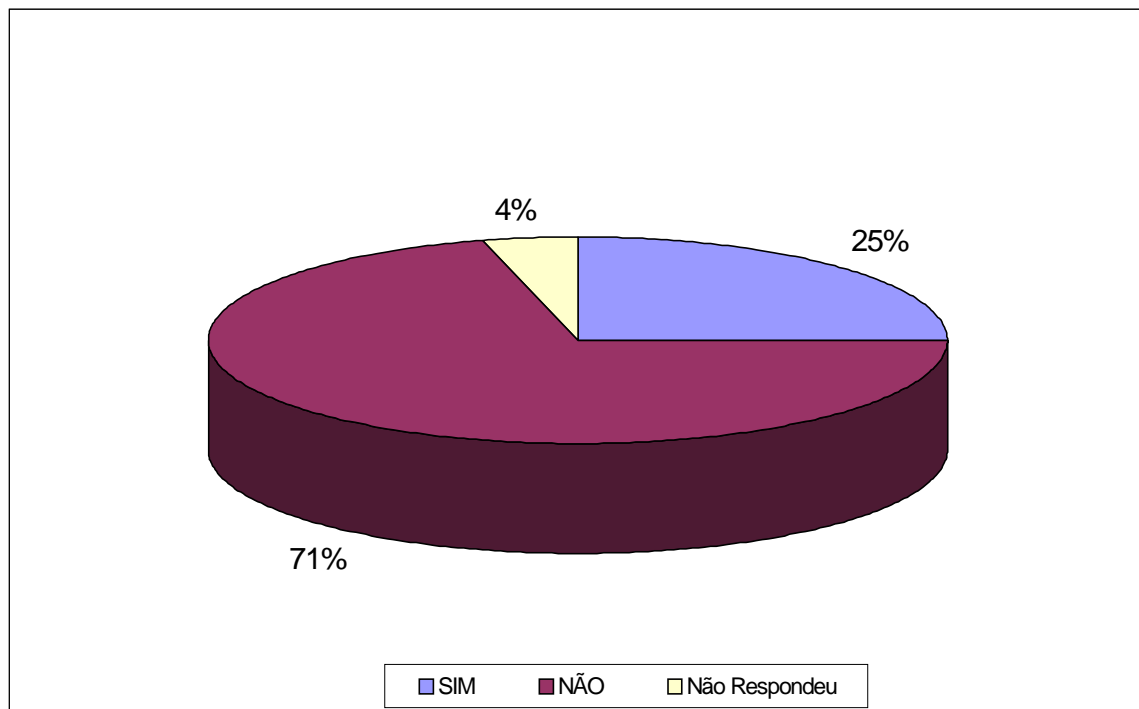
- Participação dos Funcionários em Trabalhos Voluntários

Quanto a participação em trabalhos voluntários os funcionários da PREVISC, em sua grande maioria não desenvolvem nenhum tipo de trabalho voluntário, quando questionados 70,83% responderam que nunca desenvolveram nenhuma atividade de caráter voluntário, e 25% responderam que já desenvolvem ou desenvolveram esse tipo de atividade.

Participação em Trabalhos Voluntários		
	Nº de Respostas	Porcentagem
SIM	6	25,00%
NÃO	17	70,83%
Não Respondeu	1	4,17%
TOTAL	24	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 07 – Participação dos funcionários PREVISC em trabalhos voluntários



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 02 – Participação dos funcionários PREVISC em trabalhos voluntários

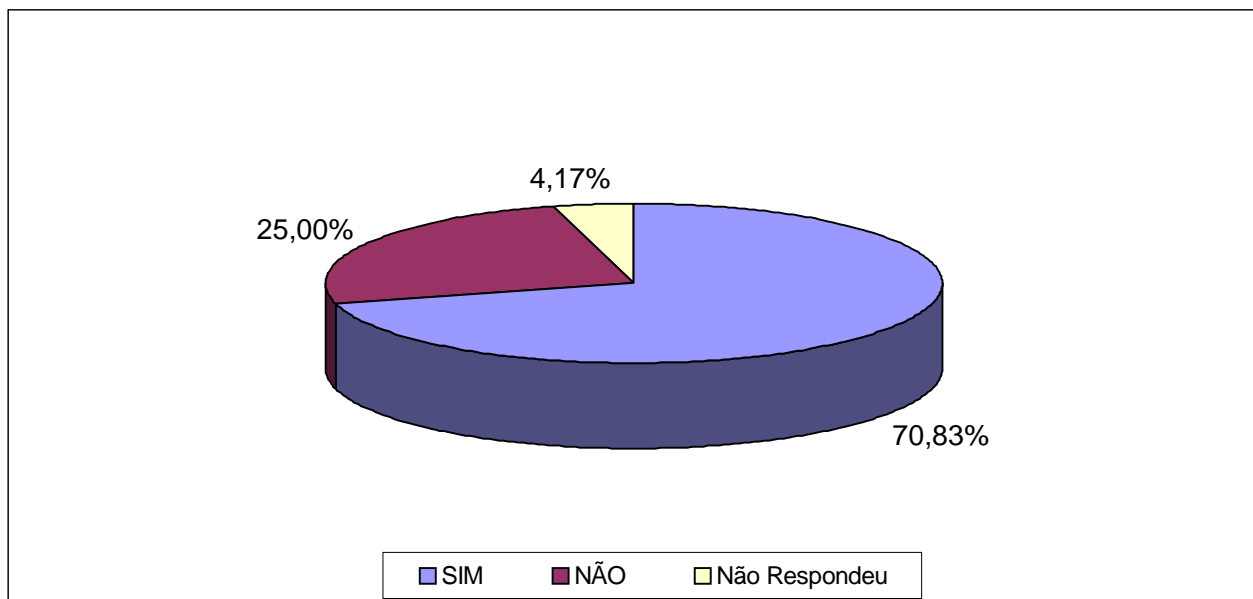
▪ Interesse em Ser Voluntário

Ao se questionar sobre o interesse de atuarem como voluntários, os funcionários da PREVISC mostraram-se muito receptivos, 70,83% responderam que gostariam de atuar como voluntários e 25% responderam que não gostariam.

Participação em Trabalhos Voluntários		
	Nº de Respostas	Porcentagem
SIM	17	70,83%
NÃO	6	25,00 %
Não Respondeu	1	4,17%
TOTAL	24	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 08 – Interesse dos funcionários da PREVISC em serem voluntários



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 03 – Interesse dos funcionários da PREVISC em serem voluntários

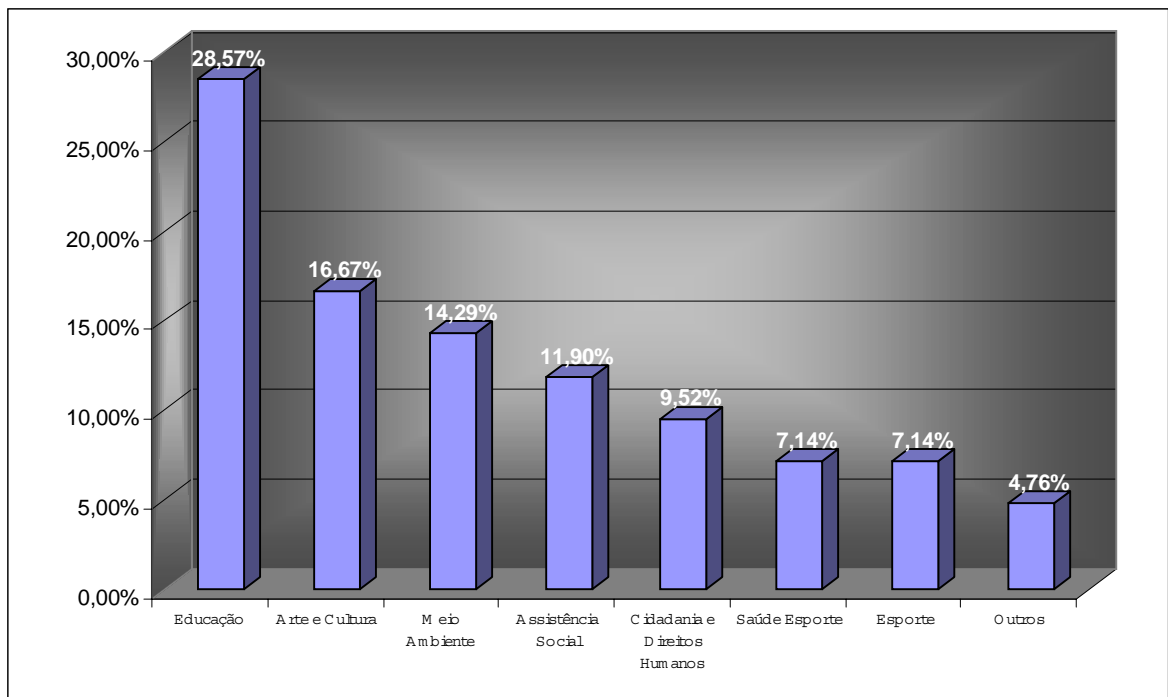
▪ **Área de Atuação**

A análise do gráfico 04 revela que o maior interesse dos funcionários é atuar na área de educação, 28,57% dos respondentes optaram por essa ação, seguida por ações que envolvam arte e cultura com 16,67%, meio ambiente 14,29%, etc.

Áreas de Atuação como Voluntário		
	Nº de Respostas	Porcentagem
Educação	12	28,57%
Arte e Cultura	7	16,67%
Meio Ambiente	6	14,29%
Assistência Social	5	11,90%
Cidadania e Direitos Humanos	4	9,52%
Saúde Esporte	3	7,14%
Esporte	3	7,14%
Outros	2	4,76%
TOTAL	42	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 09 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por área



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 04 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por área

- Público-alvo

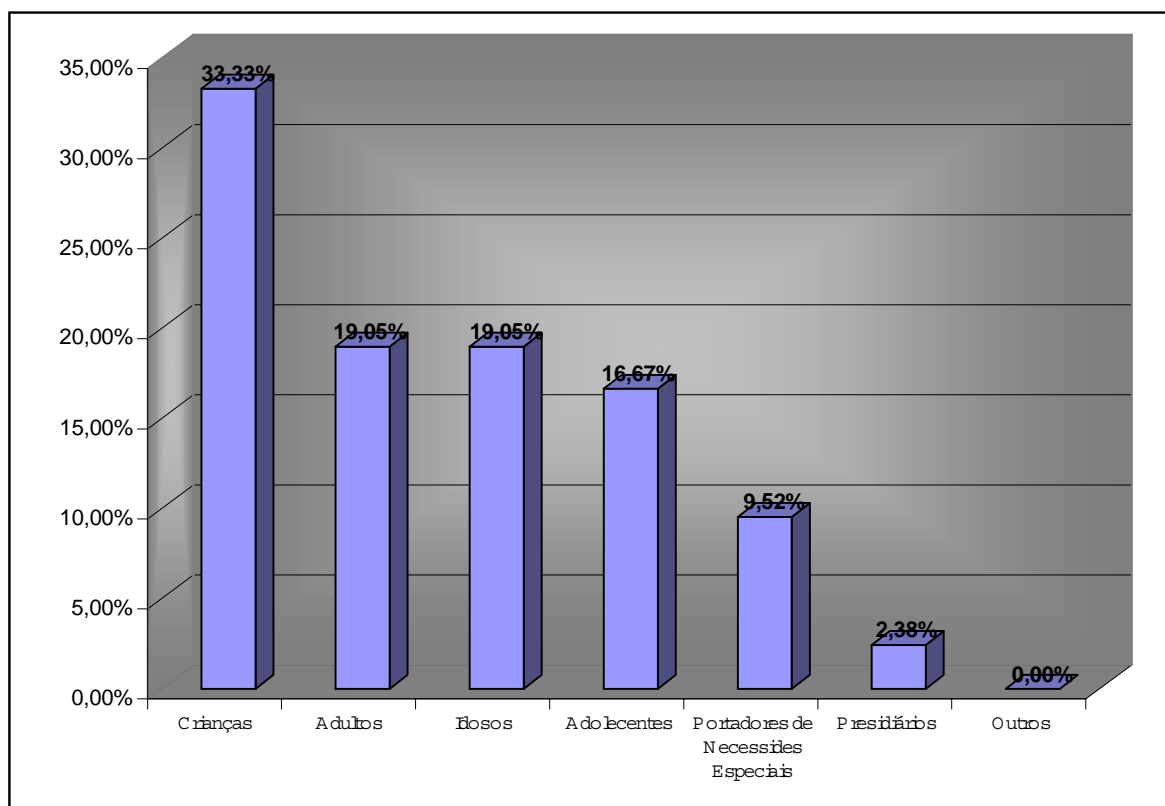
O público-alvo com maior representatividade foi o de crianças, 33,33%, seguidos de adultos e idosos empatados com 19,05%.

Essa preferência, esta atrelada provavelmente a uma visão de que o investimento no futuro faz-se pela formação do cidadão desde a infância.

Público-alvo		
	Nº de Respostas	Porcentagem
Crianças	14	33,33%
Adultos	8	19,05%
Idosos	8	19,05%
Adolescentes	7	16,67%
Portadores de Necessidades Especiais	4	9,52%
Presidiários	1	2,38%
Outros	0	0,00%
TOTAL	42	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 10 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por público-alvo



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

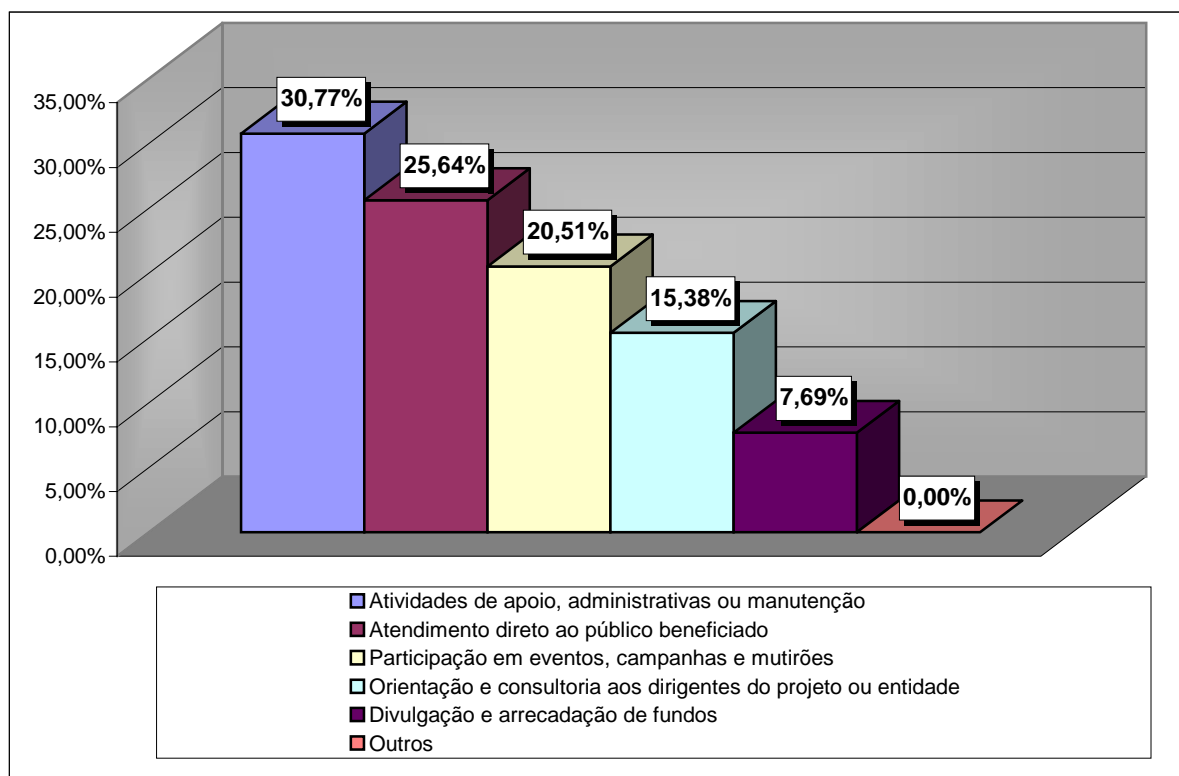
Gráfico 04 – Interesse de atuação dos funcionários da PREVISC por público alvo

▪ Tipo de Trabalho

Opções de Trabalho Voluntário		
	Nº de Respostas	Porcentagem
Atividades de apoio, administrativas ou manutenção	12	30,77%
Atendimento direto ao público beneficiado	10	25,64%
Participação em eventos, campanhas e mutirões	8	20,51%
Orientação e consultoria aos dirigentes do projeto ou entidade	6	15,38%
Divulgação e arrecadação de fundos	3	0,00%
Outros	0	7,69%
TOTAL	39	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 11 – Opções de Trabalho Voluntário escolhidas pelos funcionários da PREVISC



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 05 – Opções de Trabalho Voluntário escolhidas pelos funcionários da PREVISC

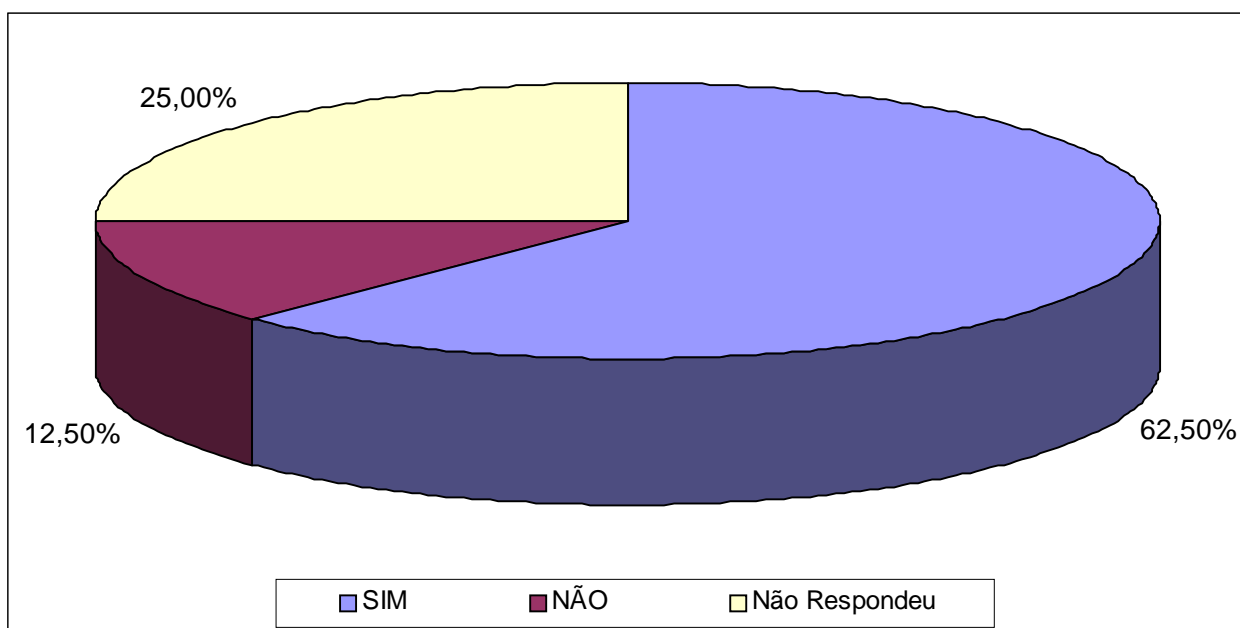
- Disponibilidade de desenvolver trabalho voluntário

Dos funcionários que tem interesse em desenvolver algum tipo de trabalho voluntário (70,83%), um percentual de 62,50% tem disponibilidade para fazê-lo, aproveitar esse potencial é o objetivo do projeto desenvolvido.

Disponibilidade para desenvolver trabalho voluntário		
	Nº de Respostas	Porcentagem
SIM	15	62,50%
NÃO	3	12,50%
Não Respondeu	6	25,00%
TOTAL	24	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 12 – Disponibilidade dos funcionários da PREVISC em desenvolver trabalhos voluntários



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 06 – Disponibilidade dos funcionários da PREVISC em desenvolver trabalhos voluntários

Outras questões foram formuladas com o objetivo de estabelecer um diagnóstico geral do grupo, acerca da temática abordada, no entanto, essas questões não são de grande relevância para o escopo deste trabalho. Suas aplicações são eminentemente práticas. (ver cópia questionário em anexo)

Após a realização do levantamento acima, o passo seguinte é buscar informações sobre o tipo de ajuda que a comunidade precisa receber, neste estágio é importante cruzar os interesses da empresa, dos funcionários e da comunidade.

Nesta fase, o êxito do programa dependerá do grau de mobilização das pessoas envolvidas, bem como o atendimento das reais necessidades da comunidade escolhida, mas para descobrir essas reais necessidades é preciso definir em que comunidade se vai atuar.

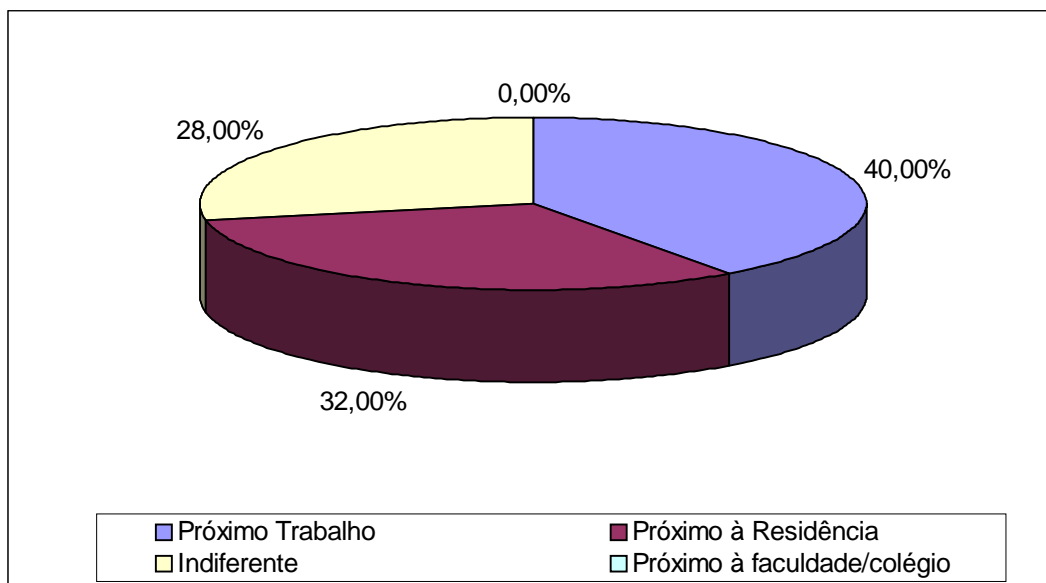
Algumas empresas e grupos de voluntários optam por depositar esforços no bairro onde a própria organização está inserida, ou onde um grupo de funcionários reside. Outras preferem fazer a diferença em comunidades distantes.

Na PREVISC os dados mostram que:

Local Preferência		
	Nº de Respostas	Porcentagem
Próximo Trabalho	10	40,00%
Próximo à Residência	8	32,00%
Indiferente	7	28,00%
Próximo à faculdade/colégio	0	0,00%
Próximo Trabalho	10	40,00%
TOTAL	25	100,00%

Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Tabela 13 – Local de preferência dos funcionários da PREVISC para realização do Trabalho Voluntário



Fonte: Dados obtidos por pesquisa aplicada pelo autor.

Gráfico 07 – Local de preferência dos funcionários da PREVISC para realização do Trabalho Voluntário

Neste aspecto percebemos uma peculiaridade, pois dos funcionários que responderam que gostariam de voluntariar próximo à residência, 50% residem no mesmo bairro da empresa, por essa razão a escolha como critério de escolha será priorizado tal aspecto.

Pois, projetos sociais situados em áreas próximas ao local de trabalho podem ser visitados com maior frequência e facilitam o envolvimento dos funcionários na proposta de ação voluntária.

Os resultados para a empresa são a maior aceitação e acolhida na região e há exemplos clássicos onde as despesas com segurança e combate ao vandalismo são sensivelmente reduzidas quando o relacionamento com a comunidade circunvizinha é de respeito mútuo. Ajudar quem está ao seu lado embasa, afinal, a filosofia da solidariedade. No ambiente das empresas não poderia ser diferente. Há vários caminhos para identificar as principais demandas de uma comunidade.

Os funcionários de uma empresa têm muito a colaborar nessa etapa da estruturação de um programa de voluntariado, sobretudo quando a comunidade selecionada é o entorno da organização.

A próxima etapa do programa é redigir o projeto, formalizando as ações, e efetivamente operacionalizá-lo, sempre reforçando as práticas de valorização, reconhecimento e comunicação.

Será importante para a organização trocar experiências e conhecimentos com outras empresas e organizações do mesmo setor.

CAPÍTULO 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados obtidos pela a avaliação, sugere-se à PREVISC algumas ações específicas, além das já desenvolvidas e relatadas no decorrer do trabalho. Prioritariamente, sugere-se ações voltadas para as Dimensões Estratégia & Transparência e Fornecedores, pois são as que poderão trazer uma evolução no processo de Responsabilidade Social da empresa

Para a Dimensão Estratégia & Transparência, sugeriu-se o projeto “Declaração de Valores e Código de Ética”, que visa elaborar um documento onde conste os valores da empresa, sua postura no que concerne às relações pessoais e comerciais, explicitar a conduta esperada, segundo as quais ela espera estabelecer seu relacionamento com funcionários, clientes, comunidade, fornecedores e parceiros.

Para o desenvolvimento do documento a sugestão é a criação de um grupo de estudo (entre os funcionários da empresa), que busque relacionar e formalizar as praticas já desenvolvidas na empresa, agregando as diretrizes e normas já desenvolvidas e incorporadas pelo Programa de Qualidade (Programa 5S), já plenamente desenvolvido e incorporado na Empresa.

Em razão do resultado da dimensão estar aquém de um nível aceitável, o ideal é que a empresa inicie o projeto imediatamente, e que envolva pessoas de todos os níveis hierárquicos, mas principalmente tenham a validação da cúpula da Empresa.

Outro projeto dessa Dimensão é a Publicação do Balanço Social, que consiste na formalização e divulgação das ações já praticadas pela PREVISC, este poderá ser desenvolvido em parceria com assessoria de marketing da própria instituição.

Na Dimensão Fornecedores, o projeto de Relacionamento com Fornecedores buscará estabelecer uma política de relacionamento com atuais e futuros fornecedores. Para que a PREVISC possa desenvolver-se institucionalmente e garantir práticas sustentáveis no longo

prazo. O objetivo é selecionar fornecedores que tenha uma política de Responsabilidade Social Empresarial. O projeto deverá ser desenvolvido pelo Comitê de Responsabilidade Social e pelo Setor de Apoio Administrativo, os resultados esperados são relações comerciais mais saudáveis, que visem benefício mútuo;

De acordo com o exposto acima, se diagnostica que a PREVISIC já tem ações de Responsabilidade Social Empresarial, no entanto não os formaliza em seu sistema de Planejamento Estratégico, deverá buscar um envolvimento e um grau de evolução em que todos na organização pensem estrategicamente com visão de futuro, para que possa trilhar na evolução de práticas de Responsabilidade Social, visando melhor seu posicionamento frente à avaliações futuras.

E este trabalho cumpriu seu objetivo, que era avaliar e sugerir ações traçar planos de ação para a Empresa. A partir de agora o que se espera é a implementação, e monitoramento para que essas ações se transformem em resultados.

REFERÊNCIAS

- ALESSIO, Rosemeri. *Responsabilidade Social das empresas: reprodução de posturas ou novos rumos*. POÁ: PUCRS, 2003.
- ANDRADE, Maria Margarida de. *Introdução à metodologia do trabalho científico*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- ASHLEY, P. A (et al.) *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BERTERO, Carlos O. *Tese e mestrados profissionais*. Revista de Administração Contemporânea. São Paulo, v 2(1), jan./abr., 1998.
- BASTOS, L. da Rocha (et al.) *Manual para a Elaboração de Projetos e Relatórios de Pesquisa, Teses, Dissertações e Monografias*. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora SA, 1996.
- BNDES. *Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social*. Rio de Janeiro. Relato Setorial n. 2 BNDES – Área Social da Gerencia de Estudos Setoriais (AS-GESET), Marco, 2000.
- CAMPOS, E. L. P. Z. *A ética nas organizações*, p. 58-82 (in *A interface entre a ética e a administração hospitalar*). São Paulo, USP, 1999. (Dissertação de Mestrado em Saúde Pública).
- CAPPELLIN P. e GIULIANI G. M. *Compromisso social no mundo dos negócios*, Rio de Janeiro, fev. 1999. p. 10-11. Boletim Ibase – orçamento e democracia. Disponível: em <<http://www.ibase.org.br.htm>> Acesso em: 10 jun. 2001.
- CARVALHO, A. B. Moreno de (et al.) – *A determinação dos impactos e a gestão do desempenho social*. Revista Meio Ambiente Industrial, p. 43-52, nov. 2000.
- CHIAVENATO, I. *Gestão de Pessoas*. Rio de Janeiro: Campus. 1999.
- CROSBY, Philip B. *Qualidade é Investimento*, Rio de Janeiro: J. Olympio Ed., 1986.
- CURADO, M. T. *Gerir para o 3º milênio: SA 8000 - da qualidade total à qualidade social*. Seminário sobre redução de custos de construção. Sinduscon - PR - Universidade Federal do Paraná. 2000. Disponível: em <<http://www.curado.com.htm>> Acesso em: 15 jul. 2001.
- ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas – passo a passo*. p.65. Out. 2003. Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 01 out. 2004.
- ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Ferramenta de auto-avaliação - indicadores ethos de responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas*. p.80. Out. 2003. Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 01 mai. 2004.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Indicadores Ethos de responsabilidade social*, p.24. Jun. 2000. Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 17 set. 2004.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial*, p. 50 jun. 2001 Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 20 jul 2004.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Reflexões: “A ética nas organizações”*. Ano 2 nº 4. p. 5 - 16 mar. 2001. Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 14 out 2004.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Reflexões: “Os novos desafios da responsabilidade Social empresarial”* por Mattar, H. Ano 2 nº 5. p. 7 - 22 jul. 2001. Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 20 jul 2004.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social (*et al*). *“Responsabilidade Social das Empresas - Percepção e tendências dos consumidores brasileiros”*. P. 40. São Paulo dez. 2000 Disponível: em <<http://www.ethos.org.br.htm>> Acesso em: 04 set 2004.

FERNANDES, R. *Privado, porém público; o terceiro setor na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará,1994.

GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS – GIFE. *Investimento Social Privado: como iniciar um programa na sua empresa*. São Paulo: Takano Editora Gráfica, 2002.

GIL, A C., *Administração de recursos humanos: um enfoque profissional*. São Paulo: Atlas, 1994.

IPEA. Pesquisa Ação Social das Empresas. 1999. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/asocial>>. Acesso em 10 jun.2004.

LAKATOS, E. M. MARCONI, M. A. *Metodologia do Trabalho Científico*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LIPPI, Roberta. *Terceiro Setor Espera Retomar o Crescimento*. São Paulo: Gazeta Mercantil, 18/05/99.

MELO, Armando de Melo. Empresa Cidadã. In: CATTANI, Antônio David. (Org.). *A Outra economia*. Porto Alegre: Veraz, p. 143-149, 2003.

MELO, Armando de Melo. Terceiro Setor. In: CATTANI, Antônio David. (Org.). *A Outra economia*. Porto Alegre: Veraz, p. 253-260, 2003.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MELO RICO, Elisabeth de. *O Empresariado, a Filantropia e a Questão Social*. Revista Serviço Social e Sociedade, São Paulo, n. 58, ano XIX, nov. 1998, p 24-40.

MENDONÇA, R. R. S. *A Gestão Integrada e as Dimensões da Responsabilidade Social: uma proposta de instrumento de avaliação*. Rio de Janeiro. UFF. 2002 (Dissertação de Mestrado em Sistemas de Gestão).

PNQ 2001. *Critérios de Excelência – o estado da arte da gestão para excelência do desempenho*. Rio de Janeiro: Ed. FNPQ, 2000. 83 p.

PNQ 2000. *Critérios de Excelência – o estado da arte da gestão para excelência do desempenho*. Rio de Janeiro: Ed. FNPQ, 2001. 64 p.

SALOMON, Lester. A emergência do Terceiro Setor – uma revolução associativa global. In: *Revista de Administração da USP – RAUSP*. v.33, n.1. São Paulo: Universidade do Estado de São Paulo, 1998.

STEWART, T.A. *Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas*. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237p.

STONER, James A. F. e FREEMAN, R Edward. *Administração*. 5. ed. Rio de Janeiro : LTC, 1999.

VERGARA, S.C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANEXOS