

# **RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UMA ANÁLISE DAS AÇÕES SOCIAIS REALIZADAS PARA A BUSCA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

Potira Samara Santos do Amaral (FACCAT)

Autora

Daniela Paula Colombo Schaefer (USAFLEX)

Co-autora

Carlos Fernando Jung (FACCAT)

Orientador

## **Resumo**

Este artigo apresenta os resultados de um estudo bibliográfico que teve como finalidade verificar quais são as ações de responsabilidade social realizadas pela Usaflex – Indústria e Comércio S/A para a busca do desenvolvimento sustentável. Para tanto realizou-se uma pesquisa documental nos Relatórios de Sustentabilidade da Usaflex dos anos de 2012, 2013 e 2014. Observou-se que as ações desenvolvidas pela empresa estão de acordo com os princípios de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e com os critérios da busca pelo Desenvolvimento Sustentável. Constatou-se que as ações desenvolvidas pela Usaflex vão além das paredes institucionais e das obrigações legais, visando atender as necessidades interesses dos colaboradores e da comunidade, mantendo, dessa forma, a sinergia entre os aspectos ambientais, econômicos e sociais para o equilíbrio do Tripé da Sustentabilidade.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social. Ações Sociais. Desenvolvimento Sustentável

## **1. Introdução**

A sustentabilidade econômico-financeira sempre foi a principal preocupação das empresas, mas com o modelo de negócio cada vez mais alinhado ao desenvolvimento sustentável, embasado no tripé da sustentabilidade, as empresas devem harmonizar o desenvolvimento econômico com a responsabilidade socioambiental. A crescente valorização das questões ambientais e sociais no segmento empresarial se deve às novas exigências legais, de mercado e da sociedade em geral, com isso a cada dia cresce o número de empresas que incorporam os princípios do desenvolvimento sustentável em seus discursos.

Porém, quanto à efetiva prática desse discurso, o assunto merece algumas ponderações pois, de acordo com Pacheco (2010) o tema é muitas vezes mal utilizado por algumas empresas, colocando em cheque a legitimidade das ações ou até mesmo a distorção de conceitos, que muitas vezes não são muito claros para as organizações, bem como a

incorporação do real papel da empresa na economia e na sociedade em que está inserida. Dessa forma a sustentabilidade suscita a dicotomia entre o falar e o fazer.

Estudos realizados pela Fundação do Cabral citados por Camargo (2010) revelam a discrepância entre o discurso e as práticas empresariais no que se refere aos princípios da sustentabilidade. Autores como Pacheco (2010) alertam sobre a efetiva prática do desenvolvimento sustentável e as empresas que desejam apenas de beneficiar do assunto.

Dessa forma, este estudo tem por objetivo verificar quais são as ações de responsabilidade social realizadas pela Usaflex – Indústria e Comércio S/A para a busca do desenvolvimento sustentável. O método utilizado foi a análise documental e o estudo foi realizado com base nas ações descritas no Relatório de Sustentabilidade dos anos de 2012, 2013 e 2014. Com o intuito de verificar se as ações desenvolvidas pela empresa estão alinhadas aos conceitos teóricos, foi realizada uma revisão bibliográfica acerca dos conceitos de Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável. O trabalho está organizado da seguinte forma: a seção 2 apresenta o referencial teórico, a seção 3 o estudo aplicado, a seção 4 apresenta a análise dos resultados e a seção 5 compreende as considerações finais.

## **2. Sustentabilidade nas Organizações**

Nas últimas décadas têm crescido o interesse e a preocupação das empresas com os temas relacionados à ética, cidadania, recursos humanos, sustentabilidade e inclusão social.

Em contraponto aos estudos realizados pela Fundação Dom Cabral, citados por Camargo (2010), que revelam a discrepância entre o discurso e a prática das empresas, segundo a ABNT NBR 16001 (2012) as organizações estão cada vez mais conscientes do seu papel na sociedade e preocupadas em atingir e demonstrar seus desempenhos ambientais, econômicos e sociais adequados. Porém, o grande desafio das organizações é equilibrar o Tripé da Sustentabilidade (*Triple Bottom Line*) ou seja, manter a sinergia entre os três aspectos.

Sabemos que para a empresa ser considerada uma empresa sustentável ela precisa ser ecologicamente correta, economicamente viável e socialmente justa. Isto é, além da preocupação com os processos produtivos e a busca por soluções para a substituição de insumos, o gerenciamento dos resíduos, o respeito à biodiversidade, o consumo consciente dos recursos naturais bem como outros cuidados com o planeta são apenas um pilar da sustentabilidade e, para que haja sustentabilidade efetivamente também é necessário levar em

consideração as ações que enaltecem a dignidade humana como o respeito aos direitos humanos e trabalhistas, postura ética e transparente e o envolvimento com os interesses da comunidade, bem como a prosperidade financeira, o resultado econômico, a competitividade e a boa relação entre clientes e fornecedores (ALVES, 2010).

A empresa que adota os critérios de sustentabilidade e busca o equilíbrio do tripé no seu modelo de gestão está disposta a satisfazer necessidades e interesses que ultrapassam as suas paredes institucionais. E, como agentes transformadores, as organizações devem disseminar as suas práticas sustentáveis para todos os seus stakeholders com o intuito de compartilhar ideias e inspirar corroborando, dessa forma, com os preceitos da responsabilidade social empresarial (BORGER, 2007).

## ***2.1 Responsabilidade Social Empresarial***

O termo responsabilidade social tornou-se amplamente usado no início da década de 1970 onde, de acordo com ABNT NBR ISO 26000 (2010) nesta época a atenção à responsabilidade social era primeiramente focada nos negócios.

O aspecto econômico e o cumprimento das leis eram os principais temas incorporados pelas organizações. Borger (2001) relata que inicialmente a própria instalação da empresa em uma determinada localidade já era considerada uma ação de responsabilidade social pois, com isso, gerava-se empregos, havia a circulação de dinheiro e a economia local era beneficiada.

A noção inicial das empresas no que se refere a responsabilidade social, conforme ABNT NBR ISO 26000 (2010) eram centradas em atividades filantrópicas, como doações a instituições beneficentes. Karkotli (2007) aponta ao realizar a análise da evolução do conceito da responsabilidade social que inicialmente era baseada em dois princípios: o princípio da caridade e o princípio da custódia. O princípio da caridade, de acordo com o autor tratava-se de ações paternalistas e assistencialistas em forma de doações aos menos afortunados enquanto o princípio da custódia referia-se a obrigação da empresa em zelar e multiplicar a riqueza da sociedade. Com o decorrer do tempo, tais ações passaram a ser vistas apenas como obrigações mínimas necessárias e não como manifestações de uma consciência social por parte das organizações, conforme afirma Borger (2001).

Na medida em que as preocupações da sociedade mudam, suas expectativas com relação às empresas também mudam e, de acordo com ABNT NBR ISO 26000 (2010) os elementos da responsabilidade social refletem as expectativas da sociedade em um determinado momento portanto, estão passíveis a mudanças.

Dessa forma, com o desenvolvimento tecnológico, a ampliação dos recursos de produção, a evolução das máquinas e ferramentas outros aspectos da influência das atividades das organizações passaram a ser questionados, como: o cuidado ao meio ambiente, os benefícios trabalhistas que as empresas se dispõem a conceder espontaneamente de modo a melhorar a qualidade de vida dos colaboradores, eventuais apoios que a empresa se disponha a dar a projetos locais de modo a contribuir com a educação, saúde e etc. A ABNT NBR ISO 26000 (2010) relembra ainda que temas como direitos humanos, meio ambiente, defesa do consumidor e combate a fraude e a corrupção foram sendo incorporados a responsabilidade social empresarial ao longo do tempo, conforme foram recebendo maior atenção.

Neste contexto as ações restritas ao universo interno da empresa não são as únicas preocupações no que se refere a responsabilidade social. Borger (2007) aponta que as questões que ultrapassam os limites internos das organizações, trazendo questões como meio ambiente, equidade para grupos em desvantagem como mulheres, grupos de minorias, deficientes e etc, e o atendimento às necessidades da sociedade em que a organização está inserida exemplificam que não há mais uma linha divisória entre os problemas que estão dentro ou fora da empresa.

O Instituto Ethos conceitua a responsabilidade social empresarial como “a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as futuras gerações, respeitando a diversidade e a redução das desigualdades sociais” (INSTITUTO ETHOS, 2004). Este conceito visa assumir que a responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir as ações organizacionais pautadas em valores éticos que objetivam integrar todos os protagonistas de suas relações, ou seja, todos aqueles que de certa forma são afetados por suas atividades.

A fim de definir o escopo da responsabilidade social, a organização deve identificar questões relevantes e estabelecer suas prioridades no que diz respeito aos temas centrais da responsabilidade social empresarial, apontados pela ABNT NBR ISO 26000 (2010) que são: governança organizacional; direitos humanos; práticas de trabalho; meio ambiente; práticas leais de operação; questões relativas ao consumidor e envolvimento e desenvolvimento da comunidade. Cada tema central inclui uma série de questões e respondem aos princípios da responsabilidade social.

O princípio geral da responsabilidade social enfatiza que ao abordar e praticar a RSE o objetivo mais amplo da organização deve ser maximizar a sua contribuição para o

desenvolvimento sustentável. Para tanto a ABNT NBR ISO 26000 (2010) aponta sete princípios básicos da responsabilidade social empresarial, a saber: (i) *Accountability*: este princípio determina que a organização preste contas e se responsabilize por seus impactos na sociedade; (ii) *Transparência*: o princípio da transparência requer que a organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente; (iii) *Comportamento Ético*: parte do princípio que a organização comporte-se eticamente em todas as suas atividades; (iv) *Respeito pelos interesses das partes interessadas*: este princípio convém que uma organização respeite, considere e responda aos interesses de suas partes interessadas; (v) *Respeito pelo estado de direito*: este princípio determina que a organização aceite que o respeito pelo estado de direito é obrigatório entendendo que nenhum indivíduo ou organização está acima da lei; (vi) *Respeito pelas normas internacionais de comportamento*: princípio que pressupõe que uma organização respeite as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito pelo estado de direito; e por fim (vii) *Respeito pelos direitos humanos*: princípio que convém que uma organização respeite os direitos humanos e reconheça tanto a sua importância como a sua universalidade.

Estes princípios norteiam algumas ações apontadas pela ABNT NBR ISO 26000 (2010) conforme descritas no Quadro 1.

Princípio	Ações
<i>Accountability</i>	Convém que uma organização preste contas e se responsabilize por: <ul style="list-style-type: none"> <li>- impactos de suas decisões e atividades na sociedade, no meio ambiente e na economia, especialmente consequências negativas significativas; e</li> <li>- medidas tomadas para evitar a repetição de impactos negativos não intencionais ou imprevistos.</li> </ul>
<i>Transparência</i>	Convém que a organização seja transparente com relação a: <ul style="list-style-type: none"> <li>- propósito, natureza e localização de suas atividades;</li> <li>- identificação de qualquer controle acionário na atividade da organização;</li> <li>- como suas decisões são tomadas, implementadas e analisadas;</li> <li>- padrões e critérios utilizados para avaliar seu próprio desempenho em relação à responsabilidade social;</li> <li>- seu desempenho em questões relevantes e significativas da responsabilidade social;</li> <li>- origens, montantes e aplicações de seus recursos financeiros;</li> <li>- impactos conhecidos e prováveis de suas decisões e</li> </ul>

	<p>atividades na sociedade, na economia e no meio ambiente; e</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- critérios e procedimentos utilizados para identificar, selecionar e engajar as partes interessadas.</li> </ul>
Comportamento ético	<p>Convém que a organização promova o comportamento ético por meio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identificação e declaração de seus valores e princípios fundamentais;</li> <li>- desenvolvimento e uso de estruturas de governança que ajudem a promover o comportamento ético dentro da organização, em seu processo decisório e em suas interações com os outros;</li> <li>- identificação, adoção e aplicação de padrões de comportamento ético aprimorados a seus propósitos e atividades;</li> <li>- estímulo e promoção da observância de seus padrões de comportamento ético;</li> <li>- definição e comunicação dos padrões de comportamento ético esperados pelos stakeholders preservando a identidade e cultura local;</li> <li>- prevenção ou solução de conflitos de interesse que poderiam levar a um comportamento antiético; e</li> <li>- criação e manutenção de mecanismos de supervisão e controle a fim de monitorar, apoiar e exigir comportamento ético.</li> </ul>
Respeito pelos interesses das partes interessadas	<p>Convém que a organização:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identifique suas partes interessadas;</li> </ul> <p>Reconheça e tenha a devida consideração pelos interesses e direitos legítimos e responda às preocupações por elas expressas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reconheça que algumas partes interessadas podem afetar significativamente as atividades da organização;</li> <li>- avalie e considere a capacidade relativa das partes interessadas de estabelecer contato, engajar-se e influenciar a organização;</li> <li>- leve em conta os interesses de seus stakeholders, as expectativas mais amplas da sociedade e o desenvolvimento sustentável, assim como a natureza das relações das partes interessadas com a organização; e considere os pontos de vista das partes interessadas, cujos interesses possam ser afetados por uma decisão ou atividade da organização.</li> </ul>
Respeito pelo Estado de Direito	<p>Convém que uma organização:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cumpra requisitos legais em todas as jurisdições em que opera, mesmo que essas leis e regulamentos não sejam fiscalizados regularmente;</li> <li>- assegure-se de que suas relações e atividades estejam em conformidade com a estrutura legal pretendida e aplicável;</li> <li>- mantenha-se informada de todas as obrigações legais; e</li> <li>- avalie periodicamente sua conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis</li> </ul>

Respeito pelas normas internacionais de comportamento	Em situações em que a legislação ou sua implementação não prevê salvaguardas socioambientais adequadas, convém que a organização esforce-se para respeitar no mínimo as normas internacionais de relacionamento; - em países onde a legislação ou a sua implementação contradigam as normas internacionais de comportamento, convém que a organização esforce-se para respeitar essas normas até onde seja possível; - Convém que a organização considere oportunidades e canais legítimos para buscar influenciar organizações e autoridades relevantes para sanar determinados conflitos; e - Convém que a organização evite ser cúmplice das atividades de outra organização que não sejam consistentes com as normas internacionais de comportamento.
Respeito aos Direitos Humanos	Convém que a organização: - Respeite e, sempre que possível, promova os direitos previstos na Carta Internacional dos Direitos Humanos; - respeite a universalidade desses direitos, ou seja, reconheça que eles são aplicáveis em todos os países, culturas e situações de forma unívoca; - em situações em que os direitos humanos não estejam protegidos, tome medidas para respeitar os direitos humanos e evite tirar vantagens dessas situações; e - em situações em que a legislação ou sua implementação não prevejam proteção adequada aos direitos humanos, siga o princípio de respeito pelas normas internacionais de comportamento.

**Quadro 1:** Ações relativas aos princípios da responsabilidade social empresarial.

**Fonte:** Adaptado de ABNT NBR ISO 26000 (2010)

As práticas empresariais baseadas nos princípios da responsabilidade social, bem como a observância dos temas centrais apontados pela ABNT NBR ISO 26000 (2010) norteiam as empresas para o desenvolvimento sustentável.

## 2.2 Desenvolvimento Sustentável

O desenvolvimento sustentável é um conceito e um objetivo norteador amplamente aceito, que obteve reconhecimento internacional após a publicação, em 1987, do relatório Nosso Futuro Comum, da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, da ONU. O desenvolvimento sustentável refere-se a satisfazer as necessidades do presente dentro dos limites ecológicos do planeta sem comprometer a capacidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades. Este conceito apontado pela ABNT NBR ISO 26000 (2010) é utilizado por diversos autores que, como Café (2010) enfatizam a amplitude do conceito.

Embora, como ressalta o autor, a sustentabilidade tenha entrado no vocabulário do mundo empresarial, e também da população, quando o assunto se refere aos aspectos econômicos e à preservação do meio ambiente, o uso de recursos naturais e o bem-estar das futuras gerações, a sustentabilidade tem um significado muito mais amplo e está baseado não somente na esfera ambiental mas sim no equilíbrio das questões econômicas, sociais e ambientais pois de acordo com Café (2010) é este equilíbrio que irá manter, a longo prazo, o bem-estar da humanidade neste planeta.

Manzini *apud* Castillo (2010, 124) apontou o conceito de sustentabilidade como “uma forma de vida na qual todas as pessoas podem viver melhor, consumir menos e regenerar seus contextos socioambientais”. De acordo com o autor este conceito sugere que devemos incorporar no nosso dia a dia os critérios fundamentais de redução de consumo, de regeneração dos nossos contextos socioambientais valorizando recursos naturais, sociais e culturais com vistas a alcançar a qualidade de vida esperada.

Discutir o modelo atual de desenvolvimento e construir alternativas viáveis são de responsabilidade de todos, não apenas do governo, dos cidadãos ou das ONGs, como também das empresas. Castillo (2010) alerta que, diante disso, o processo em direção à sustentabilidade deve ocorrer de forma evolucionária, e aponta quatro níveis que definem parâmetros e critérios que permitem encarar de forma eficaz o caminho para o desenvolvimento sustentável, a saber: Nível 1: otimização dos sistemas de produção existentes; Nível 2: desenvolvimento de produtos sustentáveis que substituam os atuais; Nível 3: criação e desenvolvimento de sistemas de produto + serviço; e Nível 4: implementação de cenários que correspondam a um estilo de vida sustentável.

Seguindo o processo evolutivo com vistas a sustentabilidade, a Usaflex vem desenvolvendo diversos projetos embasados nos quatro níveis citados por Castillo (2010). E, para relatar as ações executadas e disseminar para todos os seus stakeholders, em 2013 a Usaflex lançou o seu primeiro Relatório de Sustentabilidade no qual apresentou as suas diversas ações realizadas até o ano de 2012. Nele demonstrou um posicionamento consolidado no mercado, através dos indicadores econômicos, paralelamente às ações de responsabilidade ambiental com projetos inovadores como o de reaproveitamento de aparas de couro para a confecção de palmilhas, evidenciando no período uma maior preocupação com as ações de cunho econômico e ambiental e atingindo plenamente os níveis 1 e 2.

A segunda edição do relatório, referente às ações desenvolvidas durante o ano de 2013, evidencia um tímido amadurecimento das ações no que se refere às questões sociais, não deixando de lado os aspectos econômicos, através do aumento no número de lojas

fidelizadas, da expansão da atuação no exterior e dos indicadores econômico-financeiros, bem como no aspecto ambiental com ações de respeito à biodiversidade, ao consumo consciente dos recursos naturais e o gerenciamento dos resíduos, abrangendo, dessa forma o nível 3, citado por Castillo (2010) com vistas a atingir o nível 4.

Porém, foi no ano de 2014 que pode-se perceber o equilíbrio das três esferas da sustentabilidade com a expansão das ações sociais para todas as unidades fabris e também para a comunidade em que se situam, fazendo com que a empresa atingisse o nível 4, na qual as ações executadas vislumbram um cenário de saúde e bem-estar aos colaboradores e a comunidade em que está inserida.

Este processo evolutivo na busca pela sustentabilidade deu origem ao projeto Usaflex Social, que reuniu as principais ações sociais realizadas pela Usaflex. Dessa forma este estudo visa verificar quais são essas ações e o seu alinhamento com o desenvolvimento sustentável.

### **3. Estudo Aplicado**

#### ***3.1 Cenário***

A Usaflex é uma indústria calçadista, com capacidade produtiva de 24mil pares/dia e finalizou o ano de 2015 com 3.200 colaboradores em 8 unidades industriais, estabelecidas estrategicamente nos Vales dos Sinos, Caí e Paranhana, no estado do Rio Grande do Sul, nas cidades de Igrejinha (3 unidades), Taquara (1 unidade), Campo Bom (1 unidade), Dois Irmãos (2 unidades) e São Sebastião do Caí (1 unidade).

Em 2013 a Usaflex aprimorou a sua estrutura de governança corporativa com a criação de comitês multidisciplinares e estratégicos. Estes comitês, compostos por colaboradores de diversas áreas, tem a função de elaborar e executar ações pertinentes aos diversos temas e necessidades do cotidiano da empresa.

Diante disso, através do Comitê de Sustentabilidade, composto por colaboradores que atuam nas áreas de Recursos Humanos, Marketing, Jurídico, Assistência Social, Saúde e Segurança do Trabalho e Controladoria Financeira, a Usaflex executa diversas ações embasadas nos conceitos da Responsabilidade Socioambiental, buscando o desenvolvimento sustentável.

Para trilhar o caminho do equilíbrio sustentável podemos destacar os seguintes projetos sociais realizados pela Usaflex durante os anos de 2012, 2013, 2014 e 2015: Campanha de Incentivo à Educação, Campanha de Incentivo à Saúde e Prevenção de Acidentes, Campanha do Agasalho, Campanha de Consumo Consciente; Natal Solidário e Dia

das Crianças. Estas são as principais ações que compõe o Projeto Usaflex Social.

### ***3.2 Método de Pesquisa***

Quanto aos objetivos esta pesquisa é descritiva, pois tem o intuito de verificar quais são as ações de responsabilidade social realizadas pela Usaflex – Indústria e Comércio S/A para a busca do desenvolvimento sustentável. De acordo com Gil (2002, p. 42) “A pesquisa descritiva têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Quanto aos procedimentos trata-se de uma pesquisa documental, pois utiliza como base de estudo a análise das informações divulgadas nos Relatórios de Sustentabilidade da Usaflex referente aos anos de 2012, 2013 e 2014. De acordo com Gil (2002, p.45) “A pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.”

Com relação à coleta de dados esta pesquisa utiliza como base as informações referentes às ações sociais divulgadas nos relatórios de sustentabilidade, essencialmente a evidenciação dos indicadores de desenvolvimento sustentável levantados no referencial teórico.

## **4. Análise dos Resultados**

As ações sociais descritas nos Relatórios de Sustentabilidade compõem o Projeto Usaflex Social. Este teve início no ano de 2013 com a I Ação Social – Dia das Crianças. Embora antes disso diversas ações já haviam sido realizadas, porém sem uma estruturação metodológica, envolvendo todas as unidades fabris, nem mesmo com objetivos claros e definidos estrategicamente com vistas ao desenvolvimento sustentável.

As ações que compõe o projeto são categorizadas da seguinte forma: I Ações Sociais, II Ações Educacionais e III Apoios, Patrocínios e Doações.

A Categoria I do Projeto Usaflex Social, que compreende as ações sociais, são o objeto principal deste estudo, e encerram o ano de 2015 em sua 11ª edição. As ações que compõem a categoria são a Campanha de Incentivo à Educação, a Campanha de Incentivo à Saúde e Prevenção de Doenças, a Campanha do Agasalho, Campanha Consumo Consciente, Ação Social – Dia das Crianças, e a Ação Social – Natal Solidário. Todas as ações sociais realizadas proporcionam e incentivam o voluntariado por parte dos colaboradores e da

comunidade.

Mais do que o cumprimento das leis, as ações desenvolvidas pela Usaflex são embasadas nos preceitos da responsabilidade socioambiental que visam o desenvolvimento da empresa, da sociedade e do meio ambiente. Dessa forma, nos Quadros 2 a 7 foram descritas as ações implementadas, os indicadores de resultado e a relação que possuem com os princípios de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Desenvolvimento Sustentável.

<b>Ação 1: Campanha de Incentivo à Educação</b>	
<b>Público-Alvo:</b>	Colaboradores
<b>Descrição:</b>	<p><b>Kit Escolar:</b> A fim de estimular a continuidade dos estudos são distribuídos aos filhos dos colaboradores kits com material escolar. Entre os itens oferecidos estavam cadernos (grandes e pequenos), folhas de ofício, apontador, lápis, borracha, caneta, régua, pasta plástica e lápis de cor, essa ação contempla as crianças com idade entre 4 e 14 anos comprovadamente matriculados no ensino fundamental.</p> <p><b>Divulgação EJA:</b> Com o intuito de divulgar aos colaboradores o local e o período de inscrição dos cursos para a conclusão do Ensino Médio e Ensino Fundamental são fixados cartazes em todos os murais de todas as unidades. O objetivo é motivá-los a retomar os estudos.</p> <p><b>Cantinho da Leitura:</b> Visando estimular a leitura, está sendo implantada em todas as unidades uma biblioteca. O acervo está sendo formado através de doações dos colaboradores. Os livros podem ser consultados no local (durante o horário de intervalo dos colaboradores) ou poderão ser levados para casa, por um período pré-determinado.</p>
<b>Principais Resultados:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aumento do número recebimento de comprovante de escolaridade dos dependentes.</li><li>- Número significativo de colaboradores inscritos nos cursos. Foi informado pelo PROCEJA cerca de 1.100 colaboradores inscritos.</li><li>- Até o ano de 2015 foram instalados o Cantinho da Leitura nas unidades de Campo Bom/RS, Taquara/RS e na unidade Matriz em Igrejinha/RS. As bibliotecas já receberam um total de mais de 300 exemplares.</li></ul>
<b>Princípios de RSE:</b>	Transparência, Respeito pelos interesses das partes, Respeito aos Direitos Humanos, Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento, Comportamento Ético.

**Quadro 2:** Ação 1 – Campanha de Incentivo à Educação

Fonte: os próprios autores

<b>Ação 2: Campanha de Incentivo à Saúde e Prevenção de Doenças</b>	
<b>Público-Alvo:</b>	Colaboradores

<b>Descrição:</b>	<p><b>Semana da Saúde:</b> As ações contemplaram uma série de orientações médicas, como testes de visão, aferição de pressão arterial, testes de glicemia, informações odontológicas e esclarecimentos sobre o autoexame das mamas. Além disso, foram distribuídos materiais educativos. Houve também palestras sobre temas que envolvem tabagismo, planejamento familiar, saúde masculina, dependência química e violência doméstica.</p> <p><b>Campanha do Coração:</b> A ação buscou intervir na rotina dos colaboradores na luta contra as doenças cardiovasculares. Para tanto a Assistente Social, Educadora Física, Enfermeira do Trabalho, Médica do Trabalho e a Nutricionista apresentaram uma palestra indicando os fatores de risco para o desenvolvimento de doenças do coração, bem como formas de prevenção. Na ocasião também houve a participação da Nutricionista Aline Weber, do SESI que abordou a importância de uma alimentação saudável como forma de prevenção de doenças. Foi entregue aos colaboradores uma cartilha explicando os principais fatores de risco e apontando as formas de cuidado e prevenção. O tema também foi destaque no Pipicult, que apresentou dicas para ter um coração sempre saudável.</p> <p><b>Ação Odontológica:</b> A unidade móvel do SESI percorreu todas as unidades, com o intuito de realizar o diagnóstico da saúde bucal dos colaboradores e prevenir diversas doenças.</p> <p><b>Combate ao Sedentarismo:</b> A ação visa alertar sobre a importância de praticar exercícios físicos inclusive durante o inverno. Nas filiais o tema foi abordado através de cartazes nos murais e também no pipicult. Na unidade matriz houve palestra com Educador Físico e atividade orientada com música ao ar livre.</p>
<b>Principais Resultados:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os resultados mensurados até o momento dizem respeito ao engajamento e aumento de interesse dos colaboradores sobre o tema</li> <li>- Aumento no número de participantes a cada dia de evento.</li> <li>- Aumento no número de atendimentos da equipe multidisciplinar, oriundos dos eventos (que detectaram alguma situação de risco nos testes oferecidos na campanha).</li> <li>- Sugestões de temas e exames, solicitações de novas edições da campanha, por parte dos colaboradores participantes.</li> </ul>
<b>Princípios de RSE:</b>	<p>Transparência. Respeito pelos interesses das partes. Respeito aos Direitos Humanos. Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento. Comportamento Ético. Respeito ao Estado de Direito</p>

**Quadro 3:** Ação 2 – Campanha de Incentivo à Saúde e Prevenção de Doenças

Fonte: os próprios autores

<b>Ação 3: Campanha do Agasalho</b>	
<b>Público-Alvo:</b>	Colaboradores e Comunidade
<b>Descrição:</b>	A ação objetiva auxiliar primeiramente os colaboradores que possuem necessidade de algum item de doação. Para tanto a Assistente Social realizou o cadastro das necessidades em todas as unidades. Com o slogan "Quem precisa pode estar mais próximo do

	que você imagina" foi realizada a arrecadação e posteriormente entregue aos cadastros realizados. Os demais itens arrecadados foram destinados aos CRAS (Centro de Referência em Assistência Social) dos municípios de cada unidade.
<b>Principais Resultados:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A campanha já arrecadou durante os dois anos que ocorreu mais de 3.100 peças em todas as unidades.</li> <li>- Foram atendidos cerca de 80 cadastros de colaboradores que apontaram as suas necessidades e de seus familiares.</li> <li>- Houve o estreitamento da relação da empresa com os CRAS dos municípios.</li> <li>- Foi possível realizar o mapeamento das necessidades dos colaboradores, traçando um perfil que poderá ser utilizado para a elaboração de outras ações.</li> </ul>
<b>Princípios de RSE:</b>	Transparência. Respeito pelos interesses das partes. Respeito aos Direitos Humanos. Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento. Comportamento Ético. Respeito ao Estado de Direito

**Quadro 4:** Ação 3 – Campanha do Agasalho

Fonte: os próprios autores

<b>Ação 4: Campanha Consumo Consciente</b>	
<b>Público-Alvo:</b>	Colaboradores e Comunidade
<b>Descrição:</b>	<p><b>Copos Descartáveis:</b> Eliminação do uso de copos descartáveis nos setores administrativos de todas as unidades. Foi elaborado cartaz com informações sobre a quantidade de lixo gerado desnecessariamente com a utilização de copos descartáveis. Foi solicitado para que cada colaborador trouxesse seu copo, caneca ou garrafinha para que pudéssemos eliminar totalmente o uso de copos descartáveis.</p> <p><b>Consumo de Energia:</b> Foram colados adesivos e fixados tags, que solicitam o uso consciente de energia elétrica, em todos os interruptores e quadros de luz de todas as unidades fabris. Também foram colados adesivos nos monitores de todos os computadores dos setores administrativo e de apoio e nas impressoras.</p> <p><b>Pegada Ecológica:</b> Durante o ano de 2015 a Usaflex, por meio do Comitê de Sustentabilidade, juntamente com a Ecovalor, iniciou o inventário das Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs) e realizou diversas ações de consumo consciente visando medir, reduzir e compensar o impacto causado no meio ambiente. A ação foi dividida em três etapas:</p> <p><b>Medição:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Início do Inventário abordando: <ul style="list-style-type: none"> <li>Quantidade de CO2 emitidos pela frota;</li> <li>Quantidade de CO2 emitidos pelo consumo de Energia Elétrica;</li> <li>Formas de destinação de resíduos.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Redução:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisão da Logística;</li> <li>- Redução da frota;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Troca de alguns veículos (mais novos, com a tecnologia economy);</li> <li>- Palestras de conscientização para os colaboradores que utilizam a frota;</li> <li>- Materiais educativos e explicativos sobre o consumo consciente nos seguintes veículos de comunicação internos: Informaflex, Pipicult e Mural;</li> <li>- Reaproveitamento de resíduos transformando-os em matéria-prima;</li> <li>- Eliminação do envio de resíduos para aterro sanitário.</li> </ul> <p><b>Compensação:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribuição de sementes de árvores nativas para os colaboradores;</li> <li>- Distribuição de materiais educativos e explicativos sobre a pegada ecológica;</li> <li>- Plantio de mudas de árvores nativas.</li> </ul>
<b>Principais Resultados:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos os colaboradores dos setores administrativo e de apoio de todas as unidades aderiram a campanha trazendo seu copo e xícara, fazendo com que deixássemos de consumir mais de 17.500 copos descartáveis no período de 6 meses.</li> <li>- Consciência ecológica dos colaboradores no que se refere à geração de lixo.</li> <li>- Cooperação e senso de responsabilidade de cada um ao manter suas louças limpas.</li> <li>- Economia de mais de R\$600,00 devido à redução da compra de copos descartáveis no período de 6 meses.</li> <li>- Redução da quantidade de CO2 emitidos pela frota;</li> <li>- Redução do consumo de energia elétrica e consequentemente a redução na quantidade de CO2 emitidos pelo consumo de Energia Elétrica.</li> </ul>
<b>Princípios de RSE:</b>	Todos: Transparência. Respeito pelos interesses das partes. Respeito aos Direitos Humanos. Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento. Comportamento Ético. Respeito ao Estado de Direito. <i>Accountability</i> .

**Quadro 5:** Ação 4 – Campanha Consumo Consciente

Fonte: os próprios autores

<b>Ação 5: Ação Social – Dia das Crianças</b>	
<b>Público-Alvo:</b>	Colaboradores e Comunidade
<b>Descrição:</b>	Para o Dia das Crianças, a empresa prepara uma ação integrada, nas cidades de Igrejinha/RS, Dois Irmãos/RS e Campo Bom/RS. São três eventos anuais contemplando todas as unidades. Os eventos, que contam com o apoio de voluntários também mobilizou os fornecedores da empresa, que contribuíam através de doações (brinquedos, alimentos, camisetas para os voluntários, etc) ou apoio financeiro. O evento tem como objetivo proporcionar momentos de integração entre empresa, colaboradores e a comunidade, reunindo crianças e adultos em clima de descontração. Nas ocasiões, as famílias contemplam atividades como gincanas, brinquedos infláveis, chamarreadas e pintura de rosto e cabelo, além de brindes especiais concedidos as crianças com até 12 anos de idade.

<b>Principais Resultados:</b>	Engajamento total (todas as edições): - Mais de 6.800 participantes, dentre eles cerca de 2.700 crianças. - Cerca de 200 voluntários - Em torno de 120 empresas parceiras/apoiadoras, sendo que a maioria delas participa desde a primeira edição do evento . - Aumento do percentual de satisfação apontado pelas pesquisas: 2014: 95,98% dos participantes acharam bom ou ótimo e gostariam que o mesmo se repetisse nos próximos anos. 2015: 99,6% dos participantes acharam bom ou ótimo e gostariam que o mesmo se repetisse nos próximos anos.
<b>Princípios de RSE:</b>	Transparência. Respeito pelos interesses das partes. Respeito aos Direitos Humanos. Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento. Comportamento Ético. Respeito ao Estado de Direito

**Quadro 6:** Ação 5 – Ação Social – Dia das Crianças  
Fonte: os próprios autores

<b>Ação 5: Ação Social – Natal Solidário</b>	
<b>Público-Alvo:</b>	Colaboradores e Comunidade
<b>Descrição:</b>	A ação Social Natal Solidário tem a proposta de levar carinho e doações as lares de idosos da região, para tanto os colaboradores escrevem mensagens enviam cartões de Natal que são entregues aos lares juntamente com as doações de itens de primeira necessidade. Na ocasião além da leitura das mensagens enviadas pelos colaboradores, também há apresentação teatral, contos e músicas natalinas. Os lares que já participaram da ação foram: Santa Rita e Emanuel, em Campo Bom/RS, Bella Vida, em Dois Irmãos/RS, Cia da Melhor Idade, em Igrejinha/RS, Sol Nascente, em Taquara/RS e Alegria de Viver, em São Sebastião do Caí/RS
<b>Principais Resultados:</b>	Contabilização das doações (todas as edições): Foram doados mais de 2.600 itens de higiene e limpeza, incluindo fraldas geriátricas e cerca de 500kg de alimentos. Foram entregues cerca de 400 cartões e mensagens.
<b>Princípios de RSE:</b>	Transparência. Respeito pelos interesses das partes. Respeito aos Direitos Humanos. Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento. Comportamento Ético. Respeito ao Estado de Direito

**Quadro 7:** Ação 6 – Ação Social – Dia das Crianças  
Fonte: os próprios autores

As ações correspondentes às categorias II e III do projeto Usaflex Social também são embasadas nos preceitos da responsabilidade socioambiental que visam o desenvolvimento da empresa, dos colaboradores e da comunidade em que está inserida. As Ações Educacionais, que compõem a Categoria II do Projeto Usaflex Social, ocorrem através de informativos

fixados nos murais, no jornal interno, na distribuição de folhetos ou cartilhas. Estes informativos abordaram temas como dicas de relacionamento, uso de equipamentos de segurança (EPIs), dicas de saúde (alimentação, postura, prática de exercícios físicos, obesidade, hipertensão arterial, automedicação, câncer de mama e de próstata), inclusão social e a não discriminação, organização financeira e educação ambiental (consumo consciente dos recursos naturais e separação do lixo).

Também ocorrem através de palestras, que abordam temas como tabagismo, planejamento familiar, saúde masculina, dependência química e violência doméstica. Ou ainda através dos Grupos de Atendimento realizados pela Equipe Multidisciplinar, composta por profissionais como Médica do Trabalho, Assistente Social, Nutricionista, Educadora Física e Enfermeira, que realizam encontros mensais para grupos de hipertensos, pessoas com obesidade e gestantes. E também através de orientações médicas, como testes de visão, aferição de pressão arterial, testes de glicemia, informações odontológicas e esclarecimentos sobre o autoexame das mamas.

Os cursos de capacitação como Produsa (Programa de Desenvolvimento de Líderes), curso de Língua Inglesa para os setores administrativo e áreas de apoio e os cursos de capacitação interna (por área, setores produtivos), capacitação para PCD's (PSAI – Programa Senai de Ações Inclusivas) também compõem as ações educacionais do Projeto Usaflex Social.

Homenagens, comemorações e curiosidades acerca das datas comemorativas como Dia da Mulher, Dia das Mães, Dia dos Pais, Outubro Rosa, Novembro Azul, Dia do Trabalho, Dia do Sapateiro e Semana Farroupilha descontraem, aproximam, motivam e geram conhecimento aos colaboradores por isso também compõe as ações educacionais realizadas pelo projeto.

As ações da Categoria II respondem de forma geral aos princípios de Transparência, Respeito pelos interesses das partes, Respeito aos Direitos Humanos, Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento, Comportamento Ético e Respeito ao Estado de Direito

Os apoios, patrocínios e doações realizados também fazem parte do projeto e fazem parte da Categoria III. A divulgação dos eventos ou das instituições contempladas permitem que todos possam ter conhecimento de como a empresa está contribuindo para o desenvolvimento da comunidade. Essa ação ocorre através de incentivo à cultura em eventos como Kerb de São Miguel (Dois Irmãos/RS), Oktoberfest (Igrejinha/RS), Cudas Vivas (Taquara/RS) e Festa da Bergamota (São Sebastião do Cai/RS). Incentivo ao esporte através do patrocínio ao Esporte Clube Igrejinha (Igrejinha/RS). Incentivo à educação através de

eventos como o VII Desafio Cultural do Curso de Ciências Contábeis da Faccat (Taquara/RS), a Integração dos Alunos de TI da Faccat (Taquara/RS), EMEF Hilário Nestor Backes (Igrejinha/RS), EMEI Bem me Quer (Igrejinha/RS), Colégio Estadual João Mosmann (Parobé/RS) e EMEI Morada da Colina (Igrejinha/RS). Bem como através de outras doações para o Instituto INEVAM (Três Coroas/RS), Lar Padilha (Taquara/RS), Campanha de doação de brinquedos do município de São Sebastião do Caí (São Sebastião do Caí/RS), Campanha Natal Solidário da Vitlog (São Sebastião do Caí/RS), Igreja Católica de Nova Hartz (Nova Hartz/RS), Paróquia Imaculada Conceição (Igrejinha/RS) e Brigada Militar (Taquara e Igrejinha/RS).

As ações da Categoria III respondem de forma geral a todos os princípios de Responsabilidade Social, sendo eles *Accountability*, Transparência, Respeito pelos interesses das partes, Respeito aos Direitos Humanos, Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento, Comportamento Ético e Respeito ao Estado de Direito

As ações desenvolvidas pela Usaflex vão além das obrigações legais e seguem o Princípio da Precaução, que trata das ações antecipatórias para proteger as pessoas e os ecossistemas. Precaução é um dos princípios que guiam as atividades humanas e incorpora parte de outros conceitos como justiça, equidade, respeito, senso comum e prevenção (RAFFENSPERGER, C *et. al*, 1999).

## **5. Considerações Finais**

Este estudo apresentou os resultados de uma pesquisa que teve por finalidade verificar quais são as ações de responsabilidade social realizadas pela Usaflex – Indústria e Comércio S/A para a busca do desenvolvimento sustentável. Para tanto foi realizada uma análise documental, com base nas ações descritas no Relatório de Sustentabilidade dos anos de 2012, 2013 e 2014. Com o intuito de verificar se as ações desenvolvidas pela empresa estão alinhadas aos conceitos teóricos, foi realizada uma revisão bibliográfica acerca dos conceitos de Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável.

O estudo mostrou que as ações do projeto Usaflex Social visam, de uma forma geral, elaborar e executar ações que contribuam para o bem-estar dos colaboradores e da comunidade. Dessa forma os indicadores nos remetem a resultados intangíveis e de difícil mensuração pois o bem-estar depende de diversos fatores também intangíveis. Ainda sem uma metodologia definida para medir os resultados de algumas ações, a Usaflex utiliza o engajamento, o número de participantes, os comentários internos e nas redes sociais e a

geração de mídia espontânea como fatores que remetem ao possível cumprimento do objetivo das ações.

Foi evidenciado que no planejamento da execução das ações é ressaltado o envolvimento de voluntários da própria empresa e o engajamento de parcerias e fornecedores, sendo esses requisitos mais importantes para a viabilização das ações do que os recursos financeiros propriamente ditos, podendo ser este também um indicador de resultado positivo, uma vez que pessoas e empresas são os principais motivadores para a ocorrência das ações.

A análise revelou quais são as ações de responsabilidade social realizadas pela Usaflex – Indústria e Comércio S/A para a busca do desenvolvimento sustentável e, de forma específica, ao analisar os resultados e/ou impacto de cada ação separadamente podemos utilizar como indicador de resultado o engajamento e comparar com as ações de anos anteriores (quando ocorreu). A dificuldade de mensuração de resultados das ações fez com que na ação social do dia das crianças fosse aplicada uma pesquisa de satisfação, apontando o amadurecimento do planejamento das ações no que se refere a avaliação de resultados.

Após descrever a ações e alinhar aos conceitos de desenvolvimento sustentável, os resultados deste estudo apontam para o cumprimento dos princípios norteadores da Responsabilidade Social Empresarial no que se refere ao planejamento, a execução e aos resultados obtidos através das ações, no qual todos os princípios são contemplados, inclusive princípio de Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento, uma vez que, mesmo tendo as ações direcionadas a região onde a Usaflex possui unidade fabril, sendo elas todas em território nacional, parâmetros globais são utilizados e amplamente respeitados, como o GRI – *Global Reporting Initiative* e ODMs - Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, citados no Relatório de Sustentabilidade da empresa.

Diante dos indicadores de Desenvolvimento Sustentável levantados no referencial teórico, as ações desenvolvidas pela Usaflex também atingem gradualmente os quatro níveis citados por Castillo (2010) para que a sustentabilidade realmente ocorra na organização.

Por fim, conclui-se que o estudo demonstrou que as ações de responsabilidade social realizadas pela Usaflex contemplam a busca pelo desenvolvimento sustentável.

## **Referências**

ABNT NBR ISO 26000. **Diretrizes sobre a responsabilidade Social**, 2010.

ABNT NBR 16001. **Responsabilidade social – Sistemas de Gestão – Requisitos**, 2012.

ALVES, Ronaldo David. **Conceitos de Sustentabilidade**. Ed. Atual, 2010.

BORGER, Fernanda Gabriela. **Pressupostos teóricos e aplicados da responsabilidade social corporativa**. IN: KUNSCH, Margarida & KUNSCH, Waldemar (org.) Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade Social: Efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. Tese de doutorado, 2001 Disponível em: Acesso em 01/05/2015.

CAFÉ, Valéria. **Durável desejável: como transformar o marketing na era da sustentabilidade**. In Revista da ESPM pág. 42 a 46. Edição Jan/Fev, 2010.

CAMARGO, Ricardo Zagalo. **Sustentabilidade: todos estão falando a mesma coisa?** In Revista da ESPM pág. 30 a 34. Edição Jan/Fev, 2010.

CASTILLO, Leonardo. **A vida em desequilíbrio**. In Revista da ESPM pág. 122 a 127. Edição Jan/Fev, 2010.

GIL Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL – ETHOS. **Responsabilidade social empresarial - percepção do consumidor brasileiro, pesquisa 2004**. São Paulo: Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social, 2004

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. 2. Ed. Petrópolis /Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

PACHECO, Cristiano. **O poder regulador da sociedade civil frente à sustentabilidade**. In Revista da ESPM pág. 72 a 75. Edição Jan/Fev, 2010.

RAFFENSPERGER, C. & TICKNER, J. **Protecting public health and the environment: implementing the precautionary principle**. Washington: Island Press, 1999.

USAFLEX. **Relatório de Sustentabilidade 2012**. Disponível em <http://www.usaflex.com.br> acesso em 01/02/2016.

USAFLEX. **Relatório de Sustentabilidade 2013**. Disponível em <http://www.usaflex.com.br> acesso em 01/02/2016.

USAFLEX. **Relatório de Sustentabilidade 2014**. Disponível em <http://www.usaflex.com.br> acesso em 01/02/2016.

## Anexos



**Anexo 1:** Campanha de Incentivo à Educação – Kit Escolar e Cantinho da Leitura



**Anexo 2:** Campanha de Incentivo à Saúde e Prevenção de Doenças: Semana da Saúde e Ação Odontológica



**Anexo 3:** Campanha Consumo Consciente: Consumo de Energia e Pegada Ecológica



**Anexo 4:** Ação Social Dia das Crianças



**Anexo 5:** Ação Social Natal Solidário