

**PROCESSO DECISÓRIO E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS
MICROEMPRESAS – ANÁLISE DAS MICROEMPRESAS DA CIDADE DE RIO
BONITO – RJ.**

Autores: Raja Oliveira Khalil – Mestrando MADE
Dr. Lamounier Erthal Villela – Orientador – Professor do MADE

Instituição:
UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

Endereço: Av. Presidente Vargas 642/22º andar
Centro – Rio de Janeiro – RJ
Cep. 20071-001

Endereço eletrônico: rajakhalil@uol.com.br
Lvillela@estacio.br

PROCESSO DECISÓRIO E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS MICROEMPRESAS – ANÁLISE DAS MICROEMPRESAS DA CIDADE DE RIO BONITO – RJ.

Autores: Raja Oliveira Khalil – Mestrando MADE

Dr. Lamounier Erthal Villela – Orientador – Professor do MADE

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o processo decisório e as práticas de responsabilidade social das microempresas¹. Para a compreensão deste objeto utilizou-se de uma amostra, por acessibilidade, de quarenta microempresas da cidade de Rio Bonito – RJ. Buscando responder como e porquê os empresários deste setor, decidem implantar ações de responsabilidade social, observou-se como resultado preliminar, da pesquisa de dissertação, em elaboração no MADE – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial – UNESA, que:

- Os empresários do setor, são pouco dotados de conhecimento de gestão e seus processos decisórios são ainda tomados de forma aleatória e sem procedimentos de análise Risco/Benefício.
- O conceito de responsabilidade social está relacionado as relações de cunho pessoal e de amizade entre patrão e empregados.

Como conclusão, podemos indicar que torna-se cada vez mais necessário uma maior profissionalização dos empresários do setor e, uma ampliação do conhecimento acadêmico na gestão das microempresas.

INTRODUÇÃO

Em qualquer lugar do mundo, pode-se afirmar, que o homem, nasce, se educa, trabalha e se relaciona diariamente com organizações e, estas, por sua vez, formam uma grande rede de socialização, comunicação e inter-relação social. Assim, o mundo em que vivemos, constitui uma imensa sociedade de organizações e, é possível dizer, por exemplo, que o desenvolvimento organizacional, como, a pesquisa em novos produtos, a busca na melhoria da qualidade de vida no trabalho e a necessidade de melhor atender àqueles que com estas organizações se relacionam, vem afetar diretamente o desenvolvimento da humanidade. Com isto, observa-se então que, as decisões tomadas pelas grandes organizações, assim como, pelas médias, pequenas e microempresas, vem ao encontro aos anseios, desejos, necessidades e conquistas da sociedade de um modo geral.

Uma decisão organizacional de grande importância, trata da implantação e gestão da prática de ações de responsabilidade social² nas organizações, prática esta, que busca não só melhorar os níveis de qualidade no trabalho e

¹ Microempresa – Podendo ser industrial ou de serviço, tendo de zero à dezenove empregados no caso de indústria e de zero à nove no caso de prestação de serviços. Critério este estabelecido pelo SEBRAE, de acordo com o PATME, Programa de Apoio Tecnológico as Micro e Pequenas Empresas. (Regulamento e procedimentos operacionais. Brasília. 1998)

² Responsabilidade social – Representa a obrigação da administração de estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de ação que são importantes em termos de valores e objetivos da sociedade. (Megginson et al, p. 93)

relacionamento entre o público interno, como também, a melhoria da imagem da organização junto a comunidade.

Numa visão menos global e mais regionalizada, estão as microempresas, pequenas unidades mercadológicas, com no máximo 19 empregados, característica esta, que as tornam menos complexas na sua estrutura organizacional, sendo assim, mais ágeis e flexíveis. Uma outra característica das microempresas é o fato de atuarem próximas à comunidade onde estão inseridas, assim, envolvendo-se diretamente com a mesma.

O objeto da pesquisa tratou de buscar a maneira com a qual os empresários da microempresa decidem pela implantação de ações de responsabilidade social em suas empresas, se os mesmos se utilizam de um processo decisório³ racional ou não, capaz de auxiliá-los nesta decisão.

Observa-se que, aumentar a competitividade, tornar-se mais flexível, atenta às mudanças e inovações e manter um caráter social, num contexto mundial cada vez mais globalizado e concorrido, trata-se de uma preocupação constante de todas as organizações não importando o tamanho das mesmas. A prática de ações de responsabilidade social, por exemplo, esta presente hoje, em 61% das microempresas da região Sudeste (IPEA-2000) e, segundo o IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, aproximadamente 180 empresas de grande porte, no Brasil, já foram mais além, pois, publicaram o balanço social, proposto por este Instituto. Muitos autores, como será visto no decorrer deste artigo, definem como as grandes empresas decidem por implantar ações de responsabilidade social, porém nas microempresas a maneira como os empresários deste setor decidem, é pouco explorada.

REVISÃO DA LITERATURA/REFERENCIAL TEÓRICO RESPONSABILIDADE SOCIAL

Desde o início do século XX registram-se manifestações a favor da idéia da responsabilidade social por parte das empresas. Contudo, foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos da América e no início da década de 70 na Europa, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra, que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços sociais ou relatórios sociais. (Torres, 2000)

Na França, desde 1977, é legalmente obrigatória a publicação do "balanço social" das empresas com mais de 750 empregados, o que comprova a importância dada pelas sociedades desenvolvidas à questão da responsabilidade social. (Souza, 2000)

É imperativo ressaltar que as primeiras preocupações com a responsabilidade social das empresas, surgiram durante as décadas de 30 e 40 e, as mais relevantes referências deste período incluem BARNARD (1938), CHARK (1939) E KREPS (1940). Porém, com maior praticidade, destacamos, a entrevista realizada pela revista *Fortune* (1946) com executivos de negócios, solicitando a opinião dos mesmos em relação à responsabilidade social empresarial. (CARROLL, 1999)

³ Processo decisório, são os procedimentos de definição de problemas, avaliação de alternativas e escolha de uma diretriz de ações e/ou soluções. (Braga, 1987)

Entretanto, o livro intitulado: “ *Social Responsibilities of the Businessman*”, escrito por Howard Bowen, nos EUA, em 1953, é considerado um clássico sobre o tema. (Valle de Oliveira, 2001)

No Brasil, a idéia começa a ser discutida ainda nos anos 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Um dos princípios desta associação baseia-se na aceitação por seus membros de que a empresa, além de produzir bens e serviços, possui uma função social voltada para o bem-estar dos trabalhadores e da comunidade.

Embora a idéia já motivasse discussões, apenas em 1977 mereceu destaque a ponto de ser tema central do 2º Encontro Nacional de Dirigentes Cristãos de Empresas. Entretanto, somente em 1984 foi publicado o primeiro balanço social de uma empresa brasileira, a Nitrofértil. Oito anos depois, o Banco do Estado de São Paulo (Banespa) publicou um relatório completo divulgando todas as suas ações sociais; e a partir de 1993, várias empresas de diferentes setores passaram a divulgar o balanço anualmente. (Sucupira, 2000)

A proposta só ganhou maior destaque na mídia e visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em 16 de junho de 1997, uma campanha pela divulgação do balanço social. Com o apoio de lideranças empresariais, da Comissão de Valores Mobiliários (CVM)⁴, do jornal Gazeta Mercantil, de várias empresas (Xerox, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Glaxo Wellcome, Usiminas, entre outras); e de suas instituições representativas (Firjan, Abrasca, Abamec, Febraban, Associação Comercial do Rio de Janeiro), a campanha conquistou empresários e vem suscitando uma série de debates na mídia e em seminários, congressos e simpósios.

Em novembro de 1997, novamente em parceria com o jornal Gazeta Mercantil, o IBASE lançou o Selo Balanço Social para estimular a participação das empresas. O selo, vem sendo oferecido a todas as empresas que divulguem o balanço social no modelo proposto pelo IBASE.

O conceito de responsabilidade social está associado ao reconhecimento de que as decisões e os resultados das atividades das empresas alcançam um universo de atores sociais mais amplo do que o composto por seus sócios e acionistas. (Ashley et al, 2002) As decisões e resultados das empresas, assim como, suas atividades, afetam e são afetadas por vários outros atores, entre eles: empregados, fornecedores, clientes, consumidores, colaboradores, investidores, governos e comunidades.

As principais diretrizes de uma empresa socialmente responsável estão relacionadas à transparência em seus objetivos, ao investimento no bem estar dos empregados e dependentes, ao desenvolvimento da comunidade, ao desenvolvimento da cidadania individual e coletiva, à preservação do meio ambiente e à sinergia com seus parceiros. Quando a empresa consegue alcançar estas diretrizes, ela estará também conquistando clientes, pois, ganhará o reconhecimento da sociedade. Assim, podemos definir responsabilidade social como, o compromisso que a empresa tem em desenvolver estratégias que possam contribuir para o desenvolvimento dos seus empregados e ambiente adequado ao trabalho, maior lealdade com o consumidor, participação em projetos ambientais (principalmente na região onde a empresa atua) e atenção aos problemas da comunidade.

Trata-se, então, de uma filosofia empresarial voltada para questões sociais e ambientais que tem, como objetivo, a valorização da imagem institucional,

⁴ autarquia do Ministério da Fazenda que fiscaliza as bolsas de valores

consumidores leais, maior capacidade de atrair e reter talentos, flexibilidade e capacidade de adaptação às mudanças, longevidade e melhoria da performance financeira e aumento da produtividade e da qualidade.(Ashley et al. 2002)

As empresas são agentes importantes de promoção do desenvolvimento econômico, tecnológico e social das comunidades onde operam, neste sentido, as empresas que adotam um comportamento socialmente responsável tornam-se poderosos agentes de mudança.

Partindo-se da premissa de que a empresa é um segmento de grande relevância na sociedade e exerce um papel significativo na forma pela qual essa sociedade existe, veremos que tecnologia de última geração, matéria-prima de excelente qualidade, processo produtivo otimizado e ambiente físico de trabalho agradável, não são o bastante para garantir o sucesso de uma empresa. Adicionalmente, é extremamente necessário o envolvimento dos empregados nos objetivos empresariais, além de que, o produto final deve atender as necessidades dos consumidores. Não podemos esquecer que a forma com que a comunidade percebe a empresa é muito importante para a manutenção de sua imagem.

Justifica-se, neste sentido, o desenvolvimento de ações de responsabilidade social por parte das empresas, com o objetivo de atender a essas questões e por conseguinte, manterem-se competitivas no mercado.

Segundo Megginson, Mosley e Pietri Jr. (1998: 95)

"Algumas autoridades argumentam que as empresas devem desempenhar atividades ligadas à responsabilidade social porque lucratividade e crescimento decorrem do tratamento responsável de grupos como empregados, clientes e a comunidade".

O dicionário Oxford de filosofia define assim responsabilidade:

"socialmente, as responsabilidades das pessoas constituem aquelas coisas pelas quais têm de responder. Não cumprir uma responsabilidade sujeita as pessoas a censuras ou punições. Um emprego, uma profissão ou papel social é parcialmente definido em termos das responsabilidades que envolve."

Um dicionário de Ciências Sociais (Biroui, 1976, p. 361. Apud. Ashley. 2002) define responsabilidade social como:

"responsabilidade daquele que é chamado a responder pelos seus atos face à sociedade ou à opinião pública... na medida em que tais atos assumam dimensões ou conseqüências sociais".

Com Melo Neto e Fróes (1999: 78), temos a seguinte definição:

"A Responsabilidade Social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce".

Contudo, apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem-estar dos seus empregados e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores. Entretanto, é importante ressaltar, que no nosso objeto, em se tratando de microempresas, é difícil a percepção destas funções, visto que no seu cotidiano, se

deparam com inúmeras incertezas e, existe ainda, a preocupação da continuidade de suas atividades.

Segundo Megginson (1998) a melhor maneira de ilustrar a responsabilidade social talvez seja por meio de programas específicos de ação realizados pela administração. Esses programas geralmente incluem atividades - mas não se limitam unicamente a elas - nas seguintes áreas:

- relação com os empregados;
- serviço ao público e à comunidade;
- proteção ambiental;
- defesa do consumidor;
- assistência médica e educacional;
- desenvolvimento e renovação urbana; e,
- cultura, arte e recreação.

Para Megginson, (1998: 101)

“As empresas que participam desses programas têm recebido o reconhecimento nacional, e os empregados que fizerem contribuições substanciais terão o reconhecimento da administração”

No Brasil, existem problemas sociais que fazem com que políticas e práticas das organizações sejam revistas, pois estas ações não devem tão somente envolver os empregados, mas também, seus familiares e a comunidade em que a empresa esta inserida. Além disso, mudanças econômicas, acúmulo de trabalho, horas extras e dificuldades com tecnologia, concorrem para potencializar problemas de saúde, emocionais e de relacionamento interpessoal dentro das organizações. Esses fatores provocam a diminuição da produtividade e comprometem a motivação para o trabalho, refletindo na imagem da organização e até interferindo nos seus negócios. (Limongi, p. 30). No Brasil, várias são as empresas que desenvolvem, nos mais diferentes campos, projetos socioculturais: educação, meio ambiente, crianças de rua, geração de renda, cinema, teatro, música, literatura, patrimônio, artes plásticas, entre outros. (Hebert de Souza⁵).

As empresas enquanto empregadoras, retentoras e promotoras de pessoal qualificados, já contribuem para o aumento da renda de milhões de brasileiros. (Melo Neto e Froes, 2001. p. 49)

Cada vez mais elas se mobilizam para cumprir sua missão junto à sociedade. É uma questão estratégica que não se resume apenas a dar dinheiro a quem precisa. Responsabilidade social é a soma das ações internas e externas de uma companhia, o produto daquilo que se faz dentro e fora dos seus portões. (Tolovi Jr. p. 38)

Conceitualmente, Ashley, Coutinho e Tomei (Enanpad, 2000) asseguram:

“O conceito de responsabilidade social corporativa vem consolidando-se como um conceito intrinsecamente interdisciplinar, multidimensional e associado à uma abordagem sistêmica, focada nas relações entre stakeholders associados direta e indiretamente ao negócio da empresa”.

⁵ Herbert de Souza foi diretor-geral do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e articulador nacional da Ação da Cidadania contra a Miséria e pela vida. Empresa Pública e Cidadã, publicado na folha de S. Paulo, São Paulo, 26 nar. 1997, p.2-2.

Para a *American Accounting Association*, “existe responsabilidade social quando a empresa reconhece que é responsável não apenas perante seus acionistas, mas perante toda a sociedade” (Duarte e Dias, 1986, p. 55)

Assim, é possível perceber através destas definições, que a empresa deixa de ser um sistema fechado, voltado somente para si e para seus lucros e passa a interagir com a sociedade de um modo geral, sendo esta sociedade composta pelos empregados, fornecedores, colaboradores, comunidade, governo, enfim, todos àqueles envolvidos direta e/ou indiretamente com a empresa.

A prática de ações de responsabilidade social por parte das empresas podem ser vistas como uma importante mudança nos modelos de gestão, sendo imperativo afirmar que as mudanças sociais aparecem na medida em que as pessoas resolvem problemas e enfrentam desafios, descobrem novos processos de ver, pensar e ser.

Em se tratando de microempresas, é imperativo observar que, por sua origem e natureza, estas empresas estão diretamente ligadas à região onde estão situadas e, sendo assim, os problemas inerentes à comunidade também afetam e influenciam estas unidades comerciais. Um outro fato importante se dá no relacionamento destas empresas com seus clientes, uma vez que este comércio é feito de forma direta e pessoal, o que possibilita uma grande interação entre empresa e comunidade. Não menos importante é o convívio entre patrão e empregados, que se dá de forma nominal e, em muitos casos, ambos acabam por se envolver em problemas de ordem pessoal. Assim, ações de responsabilidade social, por menores que sejam, agem diretamente no universo composto por todos àqueles que se relacionam com às microempresas.

A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL

Segundo o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA), em 1998, 67% das empresas da região Sudeste promoveram atividades sociais voltadas para a comunidade⁶, a pesquisa considerou qualquer atividade realizada pelas empresas no sentido de atender às comunidades, às áreas de assistência social, alimentação, saúde, educação, meio ambiente e desenvolvimento comunitário. É possível observar as muitas razões que levam as empresas às práticas de Responsabilidade Social dentre elas: a crença em melhoria da imagem institucional, que levou cerca de 90% das empresas a investir em ações sociais; melhoria e ampliação nas relações com a comunidade, que gerou investimentos sociais por parte de 74% das empresas na região sudeste.

A pesquisa ainda demonstra que, 61% das microempresas⁷, do universo pesquisado⁸, localizadas na região Sudeste, executaram ações de Responsabilidade Social em 1998. Ainda segundo o IPEA, as ações internas, realizadas pelas empresas pesquisadas são fragmentadas distribuindo-se de forma equivalente entre alimentação (30%), saúde (25%), qualificação profissional (24%), educação (22%) e lazer (22%).

O IPEA realizou esta pesquisa em 1999 o que comprova que Responsabilidade Social e ética nos negócios são temas ainda em desenvolvimento no Brasil, porém, há um movimento ascendente no sentido de valorização destes

⁶ Fonte pesquisa Ação Social das Empresas na Região Sudeste - Primeira Etapa IPEA/DICOD (1999).

⁷ Definição e características são apresentadas no tópico 2.

⁸ Na região Sudeste o universo pesquisado fora composto por 1.750, desde as micro até as de grande porte.

temas. O surgimento de outras entidades representativas como o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, o Instituto de Cidadania Empresarial, o Conselho de Cidadania Empresarial da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg) e o Grupo de Intitutos, Fundações e Empresas (Gife), além da ADCE-Brasil (Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas), da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial Social (Fides) e, ainda, o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (IBASE), mostram este crescimento.

Observando o desenvolvimento da responsabilidade social no Brasil, é oportuno o momento de consolidação do papel social das empresas. Sua função social não pode ser somente se preocupar em oferecer produtos e serviços bons, mas ampliar o escopo de atuação e intervenção para estágios mais avançados. (Ashley, et. al., 2002. p. 79)

PROCESSO DECISÓRIO

“Processo decisório são os procedimentos de definição de problemas, avaliação de alternativas e escolha de uma diretriz de ações e/ou soluções.”(Braga, 1987)

O processo decisório consiste em escolher um curso de ação entre várias alternativas para se defrontar com um problema. Em administração é primordial saber tomar decisões para configurar conscientemente as organizações.

Segundo Herbert A. Simon, *“uma teoria geral de administração deve incluir tanto princípios de organização que asseguram decisões corretas, como princípios que asseguram uma ação efetiva”*. (Simon, 1979)

A tomada de decisões inclui resolver problemas, ou seja, tudo aquilo que está fora do estabelecido e que bloqueia o alcance dos resultados esperados. Já que o problema é tudo aquilo que foge do estabelecido, ele pode significar uma oportunidade por nos apontar a diferença do estado desejado e o que percebemos. (Chiavenato, 1999: 285)

A maioria dos estudos sobre o processo decisório costuma caracterizar a decisão como uma escolha racional entre alternativas predefinidas. Esse fato se deve a difusão de que "sob o ponto de vista da ciência, a decisão é um atributo humano porque advém do uso da racionalidade"(Bretas Pereira,1997, p. 177).

O primeiro estágio no processo decisório é reconhecer que existe um problema a ser resolvido. Daí, o processo decisório começa com o aparecimento de um sintoma de problema, que indica a presença de uma deficiência de desempenho ou oportunidade.

O objetivo do administrador é avaliar apropriadamente a situação. Ele deve olhar além dos sintomas para descobrir o que está certo e/ou errado, para pensar o melhor meio de resolver o problema.

Segundo Chiavenato (1999) os principais elementos do processo decisório são o estado da natureza, isto é, as condições de incerteza, risco ou certeza que existem no ambiente que o tomador de decisão deve enfrentar. O tomador de decisão é o elemento que faz uma opção entre várias alternativas. Ele é sempre influenciado pela situação em que está envolvido pelos seus valores pessoais e o envolvimento social, e para resolver o problema tem objetivos, os fins ou resultados que quer atingir com seus atos.

As preferências são os critérios que o tomador de decisão deseja atingir com suas ações. A situação são os aspectos do ambiente que envolve o tomador de

decisão, muitos dos quais fora do seu controle ou compreensão, que afetam sua escolha. A estratégia é o curso de ação que o tomador de decisão escolhe para melhor atingir seus objetivos. E, o resultado é a consequência de uma determinada estratégia.

Segundo Chiavenato (1999:288), o processo decisório compreende e se desenvolve em seis etapas, sendo:

- identificar a situação - obter informação - gerar soluções alternativas - avaliar e escolher a melhor alternativa - transformar a solução em ação - avaliar os resultados.

As decisões podem ser definidas como o processo pelo qual as informações percebidas são utilizadas para avaliar e escolher entre vários cursos de ação. Por representar uma ação definitiva, as decisões exigem um compromisso efetivo com a escolha feita e suas consequências, o que exige um compromisso efetivo e difícil, uma vez que não existem decisões perfeitas - sempre há alternativas não analisadas e ao optar por uma alternativa, temos que renunciar a outras, o que gera sempre um sentimento de perda, mesmo quando a decisão é eficaz. Toda decisão é um ato absolutamente individual e intransferível, não se podendo culpar os outros por nossas más decisões. (Bretas Pereira & Fonseca, 1997)

MICROEMPRESA

A definição de microempresa, observa uma série de características ou circunstâncias relacionadas às suas próprias peculiaridades e, comumente à sua finalidade de participação na economia. (Rodrigues, 2000)

Filion (1990, p. 33-34. Apud. Rodrigues, 2000, p. 26) acentua que a maior parte das tentativas de se definir a pequena empresa é feita com propósitos fiscais e com a intenção de estabelecer categorias de empresas potencialmente candidatas a certos tipos de financiamentos governamentais privilegiados.

O 2º Simpósio Latino-Americano y del Caribe de la Pequeña y Mediana Empresa, realizado em Quito, no Equador em 1978, descreve: "Aqueles empresas que, não ocupando uma posição de domínio ou monopólio no mercado, são dirigidas por seus próprios donos, que assumem os riscos dos seus negócios e não estão vinculadas a outras grandes empresas ou grupos financeiros." (Rodrigues, 2000)

Deve-se observar, que a microempresa é também própria de algumas características e segundo Pinheiro (1996, p. 22, apud Rodrigues, 2000) os pequenos empreendimentos na área de negócios estão, geralmente, delimitados pelos seguintes fatores ou condições:

- "A empresa é de propriedade de um indivíduo ou pequeno grupo de pessoas;
- Ela é administrada pelo(s) proprietário(s) de forma independente e, mesmo quando profissionalizadas, este(s) se conserva(m) como principal centro de decisões;
- O seu capital é financiado, basicamente, pelo(s) proprietário(s);
- Tem uma área de operações limitada, geralmente, à da sua localização ou, quando muito, à região onde está situada;
- A sua atividade produtiva não ocupa uma posição de destaque ou predominância em relação ao mercado."

São as microempresas, pequenas unidades comerciais situadas em uma determinada região e diretamente ligadas a esta, servindo como instrumento de

desenvolvimento de áreas periféricas, a fixação de renda nessas áreas, geralmente menos desenvolvidas, atenuam os desequilíbrios regionais, minimizando a migração para os grandes centros urbanos. Por tratarem-se de empresas de pequeno porte, são mais ágeis, flexíveis e enxutas pois, não fazem parte de sua estrutura, níveis organizacionais e hierárquicos complexos. Uma tendência da microempresa está na formação de seu próprio quadro de recursos humanos, transformando-se em campo de treinamento e qualificação de pessoal, particularmente de especialistas (balconistas; mecânicos; padeiros; e etc...), sua proximidade com o público interno e externo, facilita a comunicação e o atendimento as necessidades dos mesmos, diminuindo sobremaneira as distorções. (Pinheiro, 1996, p. 5. Apud. Rodrigues, 2000)

Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), a microempresa, no setor industrial caracteriza-se por ter no máximo em seus quadros, 19 (dezenove) empregados e no comércio, por manter até 09 (nove) empregados e, segundo Pochmann (2001:118), entre as décadas de 80/90, somente as empresas com menos de 10 empregados aumentaram continuamente a sua participação relativa no total dos empregos formais.

Ainda, segundo Pochmann (2001), o número de postos de trabalho ocupados, chegava a 63,3% em empresas com até 500 empregados, isto no início da década de 90, porém, afirma o autor, que é crescente a ocupação no comércio, na prestação de serviços e pequenas indústrias, assim como, o desemprego na indústria de transformação chegando a índices negativos. Segundo Pochmann, alguns fatores são diretamente responsáveis por este fenômeno, sendo, o alto custo da folha de pagamento das grandes empresas; as inovações tecnológicas e de automação que substituem empregos operacionais; a forte concorrência externa, que obriga as grandes empresas a reduzirem seus custos, tornarem-se mais enxutas e, mais competitivas; e o vertiginoso crescimento do negócio Franquia, assim, muitos deixaram de ser empregados para terem o seu próprio negócio.

Apenas no ano de 1999 foram constituídas 475.005 empresas no País, com as microempresas totalizando 267.525, representando um percentual de 56,32% do total de empresas constituídas no Brasil⁹.

Uma outra definição importante está na lei 9.841¹⁰ de 5 de Outubro de 1991 que no seu artigo 2º parágrafo 1º que assevera: “microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais)”. Quando a microempresa opta e se enquadra no regime SIMPLES¹¹, passa a atender a lei nº 9.317, de 5 de Dezembro de 1996, que no seu artigo 2º parágrafo 1º que assevera: “microempresa, a pessoa jurídica que tenha auferido, no seu ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais).”

RESULTADOS

A pesquisa demonstrou que os empresários das microempresas, na sua totalidade, não se utilizam de nenhum processo decisório racional, são “apagadores de incêndio”, ou seja, solucionam as disfunções de forma empírica e quando estas já chegaram ao ponto limite. Não agem de maneira pró-ativa, por não reconhecerem ferramentas capazes de contribuir para tanto.

⁹ Fonte Sebrae, elaborado a partir de dados do DNRC –Departamento Nacional de Registro do Comércio.

¹⁰ Ver Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

¹¹ SISTEMA INTEGRADO DE PAGAMENTO DE IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES FEDERAIS.

Desta forma, é possível afirmar mediante a pesquisa que, os empresários da microempresa, não se utilizam de nenhum processo metodológico de fundamentação científica para a tomada de decisões, o fazem de forma empírica e/ou copiosa, ou seja, tomam decisões baseados em sua experiência diária ou em decisões satisfatórias copiadas de outros empresários do setor.

A pesquisa também apresentou informações importantes com relação à gestão da responsabilidade social nas microempresas, uma delas, diz respeito a gestão de pessoas que não se dá de maneira objetiva e instrumental, trata-se de uma relação pessoal e humana, onde os objetivos organizacionais são na maioria das vezes “abraçados” pela relação de amizade existente entre patrão e empregado.

Quanto à prática de ações de responsabilidade social, existe a percepção por parte dos empresários de seus benefícios. É importante ressaltar, que os empresários detêm conhecimento a respeito da prática de responsabilidade social, conhecimento adquirido em leitura, palestras dadas pelo SEBRAE, pela associação comercial e industrial de Rio Bonito, pela Câmara de lojistas do município e por reportagens apresentadas em jornais, revistas e televisão.

Entretanto, a implantação de ações de responsabilidade social se dá, pelo simples desejo do empresário em melhorar suas relações com todos aqueles que se relacionam direta ou indiretamente com sua empresa e assim, alcançar melhores resultados (lucros).

ANÁLISE DETALHADA DA ENTREVISTA

1. Atualmente fala-se muito em ser cidadão, o senhor acredita que através deste espírito pode ser possível a melhoria dos níveis de qualidade de vida?

- Todos os empresários tem em si o conceito de cidadania bem definido e, acreditam que esta filosofia é capaz de melhorar a qualidade de vida da sociedade de um modo geral.

A seguir, como exemplo, um dos entrevistados, o Sr. Edson Lemos, que assim se pronunciou:

“A cidadania, com certeza pode melhorar a qualidade de vida da sociedade de um modo geral, pois o ser humano tem necessidade de ser reconhecido, respeitado e valorizado pelo seu próximo, havendo o respeito mútuo, teremos o chamado efeito dominó, assim, certamente teremos uma sociedade mais humana.”

2. Expressões como: responsabilidade social; empresa cidadã; cidadania corporativa e ética e cidadania empresarial, já foram ouvidas e pensadas pelo senhor?

3. Na sua empresa, existe a preocupação de ser socialmente responsável?

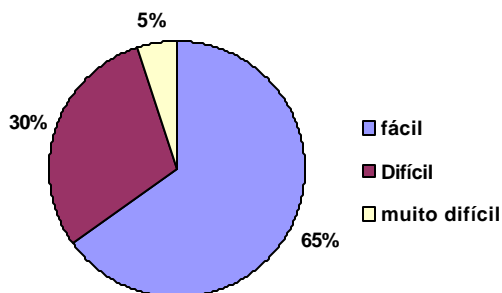
- Quanto a 2ª e 3ª pergunta, todos foram unânimes, tanto quanto ao fato de conhecerem as expressões, como, responsabilidade social, cidadania empresarial e etc..., como também, em relação a preocupação de ser socialmente responsável.

4. Obteve o senhor algum tipo de incentivo, seja de instituições ligadas a micro empresa, poder público, comunidade ou mesmo dos seus empregados, para a implantação de ações de responsabilidade social?

- As respostas apresentadas, na 4ª pergunta abordada na entrevista, demonstraram que as microempresas, na sua totalidade, não obtêm nenhum tipo de incentivo para implantação de ações sociais.

5. A partir de sua decisão, como foi o processo de implantação dessas ações?

- Para melhor visualização e entendimento, as respostas da 5ª pergunta da entrevista, foi apresentada em forma de gráfico, onde demonstra a quantidade de microempresas que tiveram facilidade ou não, na implantação das ações de responsabilidade.



Sendo: 65% igual à 26 empresas

30% igual à 12 empresas

05% igual à 02 empresas

6. Quais são efetivamente as ações de responsabilidade social praticadas na sua empresa?

- A análise desta questão, foi dividida em duas faces, sendo, uma relacionada à ações internas e outra, com ações externas, assim:
 - a. Trinta e seis empresas do total pesquisado, mantêm ações de responsabilidade social interna. Identificamos as seguintes práticas como ações de responsabilidade social:
 - a.1 Manutenção de local adequado para almoço e/ou café.
 - a.2 Incentivo para a conclusão de ensino regular.
 - a.3 Incentivo e fomento a qualificação profissional.
 - a.4 Ambiente informal de companheirismo e amizade.
 - b. Quatro empresas do total de empresas pesquisadas mantêm ações de responsabilidade social externa. Sendo:
 - b.1 Participação em movimentos reivindicatórios para a melhoria das condições da comunidade, seja, de asfaltamento, saneamento, educação ou saúde.
 - b.2 Participação de patrão e empregados em mutirão de limpeza ou conservação do meio ambiente.
 - b.3 Participação em festas comunitárias.
 - b.4 Auxílios à creches, orfanatos ou asilos, seja de forma direta ou indireta através da associação comercial ou câmara de lojistas.
 - c. Ainda, das trinta e seis empresas que praticam ações de responsabilidade social interna, Três delas também envolvem-se em ações externas.

7. Como o senhor avalia os resultados de sua decisão?

- Os resultados da implantação das ações de responsabilidade social foram classificados pelos empresários como bons e satisfatórios.

8. As decisões tomadas pelo senhor atingem positivamente ou não os resultados de sua empresa, como o senhor toma decisões em seus negócios?

- Quando da identificação de um problema ou oportunidade, e por não deterem conhecimento de nenhuma metodologia científica de processo decisório, os empresários das microempresas pesquisadas, decidem da seguinte maneira:

- a. Orando à Deus;
- b. Ouvindo os seus familiares;
- c. Ouvindo os empregados mais próximos;
- d. Discutindo com outros empresários, e,
- e. Ouvindo a si mesmo.

Assim eles aplicam as decisões e posteriormente avaliam os seus resultados.

9. O senhor acredita que para a tomada de uma decisão é necessário conhecimentos técnicos específicos sobre processo decisório?

- Todos os entrevistados acreditam que se conhecessem de uma metodologia científica de processo decisório, certamente teriam maior facilidade nas tomadas de decisões.

10. O senhor se utiliza de algum tipo de assessoria ou consultoria como contribuição na gestão de seu negócio?

- Das quarenta microempresas pesquisadas, somente uma se utiliza de uma assessoria, trata-se do Sr. Edson Lemos, proprietário da D' Lemos de Rio Bonito auto peças Ltda ME, que tem como assessora uma pedagoga. Os demais alegaram o custo como principal inibidor de tal prática.

CONCLUSÃO

Primeiramente, ao analisar o resultado da pesquisa, observa-se a fragilidade dos empresários da microempresa em definir como ações concretas, as ações de responsabilidade social que praticam em suas empresas, nota-se que os mesmos, não conhecem de forma científica a prática dessas ações, para eles, ações de responsabilidade social são inerentes somente às grandes empresas, não entendem que de maneira proporcional ao seu tamanho, também praticam estas ações. Os mesmos classificam suas ações como, uma prática individual de melhoria das relações com seus empregados e com a comunidade onde atuam. É importante ressaltar que os empresários pesquisados, caracterizam suas ações como sendo uma prática de "bom senso" ou uma simples questão de humanidade.

A pesquisa também demonstrou que, por haver uma grande proximidade entre os envolvidos, há um constante conflito de papéis, ou seja, em muitos momentos a pessoa jurídica se confunde com a pessoa física. A Srta Angélica Guimarães Soares, proprietária da Dolce Intimates Comércio de Roupas Íntimas ME, deu, por exemplo, a seguinte declaração:

"...muitas vezes não sei se estou agindo com meus empregados como proprietária ou simples amiga, assim como, muitos clientes

não conhecem minha empresa pela sua razão social ou nome fantasia, mas sim, como a loja da Angélica”.

Ainda, em se tratando de responsabilidade social, é importante ressaltar que a cidade em questão, compreende uma área total de 462 km², e, está situado à 80 km do município do Rio de Janeiro, com população de 49.599 habitantes e tendo o mesmo um total de 759 micro e pequenas empresas¹², e, levando-se em consideração que, esta pesquisa compreendeu um total de 40 (quarenta) microempresas e, somando as mesmas um total de 288 empregados, é possível colocar que, só pela sua existência, já se tratam de empresas socialmente responsáveis.

Num segundo momento, a pesquisa também demonstrou, que os empresários compreendidos na mesma, não conhecem de processo decisório, o que, dificulta de forma sensível a tomada de decisão por parte dos mesmos. Os empresários em questão, decidem de forma empírica, geralmente decidindo pela primeira alternativa.

Assim, fica evidenciada a necessidade por parte das escolas de graduação em Administração, o desenvolvimento de disciplinas que possam contribuir para o gerenciamento das micro e pequenas empresas, como também, a busca de uma maior integração entre as mesmas.

BIBLIOGRAFIA

- ASHLEY, Patrícia A. (org.). *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- ASHLEY, Patrícia A., GOULART COUTINHO, Renata B., TOMEI, Patrícia A. *Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: uma análise conceitual comparativa*. Enanpad. 2000.
- BARNARD, C. I. *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1938 apud. CARROLL, A. B. *Corporate social responsibility*. *Business and Society*, Chicago, v.38, nº 3, p. 268, Sep. 1999.
- BLACKBURN, Simon. *Dicionário Oxford de filosofia*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.
- BRAGA, Nice. *O processo Decisório em organizações Brasileiras*. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, 21 (3): 35-57, jul/set. 1987.
- BRETAS PEREIRA, Maria José Lara e FONSECA MARQUES, João Gabriel. *Faces da Decisão: as mudanças de paradigmas e o poder da decisão*. São Paulo: Makron, 1997.
- CHIAVENATO, Idalberto- *Administração nos novos tempos*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- CLARK, J. M. *Social control of business*. New York: McGraw-Hill, 1939 apud. CARROLL, A. B. *Corporate social responsibility*. *Business and society*, Chicago, v.38, nº 3, p. 268, Sep. 1999.
- DUARTE, G. D.; DIAS, J. M. *Responsabilidade Social: A Empresa Hoje*. Rio de Janeiro: LTC, 1986.
- ETHOS. *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial: versão 2000*. São Paulo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2000a, 24 p.

¹² Fonte Sebrae – Rj. 2000.

ETHOS. Questionário Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial: versão 2000. São Paulo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2000b, 36 p.

ETHOS. Transparências 1 Ethos: Plano de ação do Instituto Eyhos – visão, missão e estratégia. São Paulo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 1999, 5 p.

KREPS, T. J. Measurement of the social performance of business. In: Na investigation of concentration of economic power for the temporary national economic committee (monograph nº7). Washington, DC: US Government Printing Office, 1940 apud. CARROLL, A. B. Corporate social responsibility. Business and society, Chicago, v.38, nº 3, p.268, Sep. 1999.

LIMONGI, Ana Cristina, ASSIS, Maria Paulina de. Projetos de qualidade de vida no trabalho: caminhos percorridos e desafios. Rio de Janeiro. RAE light, EAESP/FGV. mar/abr. 1995.

MEGGINSON, Leon C., MOSLEY, Donald C., PIETRI Jr, Paul H. Administração - conceitos e aplicações. 4ª ed. São Paulo: Harbra, 1998.

MELO Neto, Francisco Paulo de, FROES, César. Responsabilidade social & cidadania empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.

_____. Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2001.

PINHEIRO, Maurício. Gestão e Desempenho das Empresas de Pequeno Porte: uma abordagem conceitual e empírica. Tese não-publicada de doutorado em Administração. São Paulo, FEA/USP, Fevereiro , 1996. Apud. RODRIGUES, Mônica E. O conhecimento nas Micro e Pequenas Empresas: Um estudo sobre sua absorção e utilização nas Micro e Pequenas Empresas Fluminenses. Dissertação de Mestrado. COPPEAD/UFRJ. Fev. 2000.

POCHMANN, Márcio. O emprego na globalização. São Paulo, Boitempo ed. 2001

RODRIGUES, Mônica E. O conhecimento nas Micro e Pequenas Empresas: Um estudo sobre sua absorção e utilização nas Micro e Pequenas Empresas Fluminenses. Dissertação de Mestrado. COPPEAD/UFRJ. Fev. 2000.

SEBRAE - PATME. Regulamentos e procedimentos operacionais. BRASÍLIA. 1998.

SIMON, Herbert Alexander - Comportamento administrativo: estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas- Trad. Aluizio Loureiro Pinto. Rio de Janeiro, FGV, 1979.

SOUZA, Herbert de. Empresa pública e cidadã. Extraído de <http://www.balançosocial.com.br>. [disponível em 15 jul 2000]

SUCUPIRA, João. A Responsabilidade social das empresas. Extraído de <http://www.balançosocial.com.br>. [disponível em 18 jul 2000]

TOLOVI Jr., José. A responsabilidade social e as melhores empresas para trabalhar. São Paulo: Suplemento integrante da ed. 695 da revista Exame, 1999.

TORRES, Ciro. Um pouco da história do balanço social. Extraído de <http://www.balançosocial.com.br>. [disponível em 20 jul 2000]

VALLE DE OLIVEIRA, A. A. Responsabilidade social corporativa: uma revisão do estado da questão. Dissertação de Mestrado; COPPEAD/UFRJ, 2001.