

A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DO PÓLO DE INFORMÁTICA DO MUNICÍPIO DE ILHÉUS, BAHIA

Laura Angnes¹
Aline Conceição Souza²

Resumo: *O presente trabalho tem como objetivo analisar a percepção e as ações de Responsabilidade Social das empresas no Pólo de Informática no município de Ilhéus (Bahia), ressaltando suas implicações e importância econômica. Para isso, utilizou-se o método descritivo estatístico e a coleta de dados primários e secundários. Assim, observou-se que as empresas no Pólo de Informática de Ilhéus desenvolvem estratégias associadas a este tema, principalmente com seus clientes internos, pois as principais ações consideradas socialmente responsáveis pelos empresários estão relacionadas ao investimento na educação dos funcionários e iniciativas de educação ambiental, especialmente aos seus funcionários. Cabe ressaltar que os empresários do Pólo relacionam responsabilidade social com bem-estar, desenvolvimento sustentável e ética. Constatou-se também que há várias pressões exercidas para que uma empresa tenha ações socialmente responsáveis, tanto pelo governo, como pela comunidade, mas estas esbarram em várias dificuldades para concretizá-las, dentre elas a mais relatada foi a falta de incentivo do poder público. Deste modo, as ações de responsabilidade social das empresas ainda estão limitadas aos próprios funcionários. Mas cabe ressaltar que, ao ampliar o investimento das ações, principalmente para as comunidades envolvidas, as empresas reduzirão as externalidades causadas por suas atividades, o que contribuirá para a mitigação das desigualdades sociais.*

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial; Estratégias; Desenvolvimento econômico; Competitividade.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas as transformações ocorridas devido ao crescente aumento da complexidade dos negócios, como a rapidez de informação, o processo de globalização, as inovações tecnológicas, entre outros, vieram alterar o comportamento das empresas, que apenas se preocupavam em obter lucros para se tornarem socialmente responsáveis.

Neste sentido, Lustosa (2003) ressalta que as mudanças radicais que ocorreram na sociedade evidenciaram o papel do desenvolvimento econômico e tecnológico, baseado no uso intensivo de matérias-primas e energia e na velocidade de utilização de recursos naturais.

Tais mudanças evidenciam os impactos ambientais das indústrias, também chamadas de efeitos negativos da atividade econômica ou externalidades. Neste sentido, cada vez mais as empresas buscam internalizar suas responsabilidades. Contudo, ainda há resistência por conta do pensamento de que há um *trade off* entre crescimento econômico e meio ambiente, ou seja, um conceito pré-formulado diante do paradigma lucro e meio ambiente impedindo que as empresas visualizem a possibilidade de uma nova gestão, por acreditar que ocorrerá redução dos lucros, e conseqüentemente, elevação dos preços.

No contexto histórico, observa-se que as firmas de países desenvolvidos até a década de 70 apenas tentavam evitar acidentes locais e cumprir normas de poluição. Na década de 80,

¹ Estudante do Curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Este trabalho é uma parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

² Orientadora. Professora Assistente do Departamento de Ciências Econômicas (DCEC) da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

lentamente, começaram a mudar a forma de ver o binômio “empresas e meio ambiente”. Isto ocorreu porque os consumidores passaram a dar maior importância às questões ambientais, aos movimentos ambientalistas que cresceram, às descobertas tecnológicas em prol da recuperação da natureza.

A responsabilidade sócio-ambiental e empresarial ganhou força no Brasil e no mundo principalmente na década de 90, tendo adesão crescente das empresas, que passaram a considerar o conceito, em um primeiro momento, definido pelos empresários como a produção de grande quantidade de produtos a preços satisfatórios, e posteriormente inserida no contexto de desenvolvimento sustentável com o trinômio: ambiental, social e econômico, como parte das diretrizes de suas estratégias (OLIVEIRA, 2003).

De acordo com Passador (2002), no Brasil também há uma crescente adesão dos empresários à causa, mas comparativamente com a amplitude do parque industrial nacional, os projetos ainda são desenvolvidos em pequenas quantidades. Contudo, esse apoio se dá por causa de fatores como: os empresários que vivenciaram o regime militar podem estar mais preparados a colaborar para o bem-estar do país; e/ou o aumento da violência que se tornou insustentável.

Observou-se assim que, as empresas, nacionais ou estrangeiras, tomaram uma posição mais proativa em relação ao meio ambiente, pois perceberam o crescente interesse e preocupação da sociedade com o meio ambiente e buscaram se inserir no contexto de agentes participantes das mudanças em resposta aos anseios da sociedade (LUSTOSA, 2003).

Nessa nova visão, as organizações estão atendendo as expectativas e os interesses dos *stakeholders*, ou seja, de todos os interessados, como: todos os membros da cadeia produtiva, as comunidades, as Organizações Não-Governamentais (ONGs), o setor público e outras empresas e indivíduos formadores de opinião (AGUIAR et al., 2004; VINHA, 2003).

Sendo assim, o presente estudo tem como objetivo analisar a percepção e as ações de Responsabilidade Social das empresas no Pólo de Informática no município de Ilhéus (Bahia).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade social

Etimologicamente, a palavra responsabilidade deriva do latim *respondere*, que significa responder. O conceito de responsabilidade social está sendo muito discutido nos últimos anos e neste contexto serão apresentados alguns dos conceitos. Ashley (2002, p. 6) apresenta a seguinte definição:

[...] [responsabilidade social consiste no] compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitude que afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela [...]

Nesse conceito Ashley coloca as ações de responsabilidade social como uma “resposta” à sociedade devido a algum prejuízo causado (ou que poderá acontecer) à mesma ou pela utilização intensiva de seus recursos (humanos, culturais e/ou naturais).

Grajew, citado pelo Grupo de Responsabilidade Social do Pólo de Informática de Caxias do Sul (2006), demonstra uma definição mais ampla envolvendo a ética e os clientes internos e externos, onde diz que trata

[...] da relação ética, da relação socialmente responsável da empresa em todas as suas ações, em todas as suas políticas, em todas as suas práticas, em todas as suas relações. Isso significa responsabilidade social da empresa em relação à comunidade, aos seus empregados, aos seus fornecedores, aos fornecedores de seus fornecedores, aos fornecedores dos fornecedores dos seus fornecedores, ao meio ambiente, ao governo público, aos consumidores, ao mercado, aos acionistas [...]

De acordo com Vezquez (1999), a responsabilidade social possui vários significados. Para algumas pessoas a responsabilidade está relacionada ao sentido de ética; para outros, representa idéia de responsável em um modo casual. A grande maioria a interpreta como uma contribuição caridosa; e outros, ainda, tomam-na pelo sentido de socialmente consciente.

A relação das questões ambientais e sociais, também como uma atitude ética nos negócios e uma claridade na comunicação com a sociedade, revela um compromisso constante dos empresários com os direitos humanos e a integridade do meio ambiente.

Segundo Aguiar et al. (2004), a responsabilidade social corporativa apresenta-se como uma variável importante para muitos setores empresariais, gerando vantagens competitivas para as organizações, pois reflete diretamente na melhoria da imagem, na perpetuação de marcas, na conquista de melhores talentos, na melhoria da performance dos negócios e na conquista de novos consumidores.

A responsabilidade social é relacionada com o conceito da governança corporativa e da gestão empresarial em situações cada vez mais complexas, sendo significativa para o êxito e a sobrevivência nos negócios (VINHA, 2003; TACHIZAWA, 2005).

A visão de Ashley (2002) se assemelha quando discorre que, nos últimos anos, esses conceitos têm sido incorporados à vida das organizações, procurando estabelecer uma harmonia entre o lucro e a sua atuação diante de seus públicos. A busca e consolidação de uma imagem de empresa socialmente responsável, faz com que o meio empresarial busque formas de melhorar seu relacionamento com o meio ambiente e a sociedade, de modo a contribuir para o desenvolvimento social e econômico.

A melhoria desta imagem pode se dar através de um comportamento ético-ambiental, porém esta nem sempre faz parte da estratégia das empresas. O que faz com que uma firma escolha qual política irá adotar se deve às pressões internas e externas. Assim, os custos e os aspectos do mercado são fatores decisivos para esta escolha. A responsabilidade ambiental se constitui como um mercado promissor, sendo pela competitividade ou pela política de *marketing*. A função ambiental na empresa é de controlar o desempenho interno e externo da regulação ambiental, para isso surgiram as auditorias ambientais, de forma voluntária, para se encontrar os aspectos vulneráveis da empresa. Este é um instrumento de gestão que procura resguardar o meio ambiente, proporcionando um maior controle das práticas ambientais e a relacionando com as políticas da empresa (CAVALCANTI, 1995).

2.2 Desenvolvimento econômico e sustentável

A busca e consolidação de uma imagem de empresa socialmente responsável, segundo Ashley (2002), faz com que o meio empresarial busque formas de melhorar seu relacionamento com o meio ambiente e a sociedade, de modo a contribuir para o desenvolvimento sócio-econômico, do qual depende para sua sobrevivência. E também vê uma nova forma de competitividade sendo uma estratégia para elevar os lucros.

Para Souza (1999), o processo de desenvolvimento econômico propicia uma maior estabilidade e diversificação da economia, possibilitando aos órgãos responsáveis a oferta de projetos sociais.

Na visão de Shumpeter, citado por Souza (1999), o desenvolvimento econômico apresenta-se por um fluxo circular onde suas variáveis econômicas se alteram quantitativamente e qualitativamente. No início do fluxo há um aumento da disponibilidade de bens *per capita*, seguido de uma melhoria da qualidade dos produtos e serviços, ocorridos por uma expansão dos negócios, das inovações e pela disputa por fatores de produção. Como sua ênfase está na oferta à mudança, acontece no âmbito da produção e não do consumo. Os consumidores são induzidos a adquirir produtos novos, portanto a inovação é um dos elementos fundamentais para o desenvolvimento, demonstrando todo seu dinamismo econômico. Alguns exemplos de inovação são lançamentos de produtos novos, descoberta de um novo método de produção, abertura de um novo mercado, nova fonte de oferta de matéria-prima e nova organização da indústria.

O desenvolvimento deve ser visto como um processo complexo de transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social, no qual depende das características de cada país ou região, ou seja, engloba tanto o seu lado histórico, como os dados geográficos, condições demográficas, a parte cultural e seus recursos naturais (OLIVEIRA, G., 2002).

As empresas são importantes agentes de desenvolvimento econômico e suas atividades causam impacto em uma série de públicos com os quais elas mantêm relações. Isso faz com que tenham responsabilidades que vão além da remuneração de seus proprietários/acionistas, da geração de empregos e do pagamento de impostos.

Estes impactos, que atuam de forma a contribuir com o bem-estar ou causar danos aos indivíduos ou empresas, são chamados de externalidades, podendo ser positivas quando uma atitude de um indivíduo ou empresa favorece involuntariamente o próximo, ou podem ser negativas, ocorrendo o oposto. Nas características das externalidades tem-se: o direito de propriedade e o caráter acidental. No primeiro, ao causar uma ação negativa ao meio ambiente, como no ar, não há um proprietário que possa buscar meios para pedir uma indenização ou exigir que se tomem providências para que impactos como estes não aconteçam mais. Por último, destaca-se o seu caráter involuntário, em que a indústria traz efeitos aos outros sem ter o objetivo de causar este impacto, ou seja, como uma consequência (CAVALCANTI, 1995).

De acordo com Souza (1999), para se definir de forma ampla desenvolvimento, deve-se envolver questões como a melhoria de indicadores econômicos e sociais e também a preservação do meio ambiente. Ele explicita que “desenvolvimento sustentável é o que preserva o meio ambiente, sobretudo os recursos naturais não renováveis”. Ou seja, esta idéia tem por base o princípio no qual as ações humanas são direcionadas para a utilização dos recursos naturais de acordo com a capacidade de renovação, de modo a evitar o seu esgotamento.

O conceito mais empregado de desenvolvimento sustentável surgiu no Relatório Brundtland, em 1987, “Nosso Futuro Comum”, da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMAD), onde se afirma que o desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que vai ao encontro das necessidades do presente sem comprometer a habilidade das futuras gerações de satisfazer suas necessidades. Assim, este enunciado tem como objetivo transparecer o equilíbrio entre proteção ambiental e maximização de desenvolvimento econômico, principalmente nos países não desenvolvidos (CAVALCANTI, 1995).

Neste sentido, o desenvolvimento sustentável é um processo de mudanças em que a exploração dos recursos, a orientação dos investimentos, os rumos do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional estão voltados para atender as necessidades atuais e

futuras. Também há uma preocupação muito grande com o emprego correto do fator tecnológico, pois o mau uso deste pode marginalizar amplos segmentos da população.

Assim, segundo Senhoras (s.d.), a melhoria do bem-estar social pode ser alcançado através das seguintes ações: aumento de produtividade empresarial, preservação sustentável dos recursos naturais, crescimento econômico e desenvolvimento social com a redução do quantitativo de excluídos. Portanto, o desenvolvimento sustentável será resultado de uma política de planejamento que tenha como princípios o bem-estar das pessoas e a conservação do meio ambiente.

3. METODOLOGIA

3.1 Caracterização da área de estudo

O estudo realizado abrange as empresas industriais instaladas no Pólo de Informática de Ilhéus. O município de Ilhéus encontra-se inserido na zona cacauzeira da região Sul do Estado da Bahia. A população estimada do município, em 2000, era de 221.883 habitantes, sendo que destes 161.898 encontram-se no meio urbano e 59.985 no rural. Tem densidade igual a 120,52 hab/km² em uma área de abrangência de 1841,032 km² (IBGE, 2000).

O município de Ilhéus abriga um Pólo de Informática, localizado a 7 Km do centro urbano e a 4 Km do Porto, a sua proximidade a este importante porto favorece o escoamento dos produtos finais manufaturados do Distrito Industrial (SOUB, 2005). As empresas localizadas no Pólo de Informática têm atividade econômica de fabricação de equipamentos periféricos para máquinas eletrônicas para tratamento de informações, fabricação de computadores, entre outros.

O Pólo foi criado pelo governo do Estado através do Decreto nº 1316, de 19 de junho de 1995, publicado no Diário Oficial de 20 de junho de 1995, surgindo como uma proposta de revitalização da indústria ilheense que estava em declínio, devido à crise na lavoura cacauzeira.

3.2 Procedimentos metodológicos

Utilizou-se o método descritivo estatístico, que equivale a um nível de análise em que se permite identificar as diferentes formas dos fenômenos, sua ordenação e classificação, transformando esses fenômenos em termos quantitativos e manipulando-os de forma estatística, nos quais comprova suas relações e obtém generalizações sobre sua natureza, ocorrência ou significado (OLIVEIRA, S., 2002).

Os dados foram diretamente fornecidos pelas empresas selecionadas, através de dados primários. A população do estudo é dos gerentes das empresas do Pólo de Informática, sendo que o Pólo apresenta cerca de 26 empresas e gerentes, segundo o Sindicato das Indústrias de aparelhos elétricos, eletrônicos, computadores, informática e similares (SINEC). Dentre a amostra selecionada foram aplicados 16 questionários, pois durante a aplicação dos questionários, foram encontradas algumas dificuldades, como a recusa para o preenchimento do mesmo pelos responsáveis.

A coleta dos dados foi através de um questionário auto-aplicado com questões que apresentaram o intuito de conhecer melhor a percepção dos empresários com relação ao tema abordado e à realidade das empresas. Este questionário estruturado conteve perguntas quantitativas e qualitativas.

O estudo também teve dados bibliográficos de autores diversos, ou seja, um trabalho desenvolvido com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos

científicos, que teve a finalidade de conhecer as diferentes formas de contribuição científica que realizaram sobre o tema responsabilidade social (OLIVEIRA, S., 2002).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Atualmente, medidas sociais e de preservação do meio ambiente visualizaram uma nova forma de gestão empresarial, apresentando, assim, um novo fator, o de competitividade. Estratégias voltadas para práticas éticas e ambientalmente apropriadas, que vão da adoção de tecnologias ambientais, implantação de sistema de gestão ambiental até racionalização do uso dos recursos naturais (LUSTOSA, 2003).

Ao questionar os empresários do Pólo de Informática de Ilhéus sobre a temática, observa-se que apenas 10,5% mostraram não ter noção do assunto. Com base nos dados da Figura 1 destaca-se que 47,3% dos empresários responderam ser o bem-estar dos funcionários e da comunidade. Cabe ressaltar que houve uma resposta que envolveu não o conceito propriamente de responsabilidade social, mas a consequência de sua ação como o investimento no aprimoramento dos seus funcionários, onde 5,3% responderam ser a manutenção e desenvolvimento da mão-de-obra especializada.

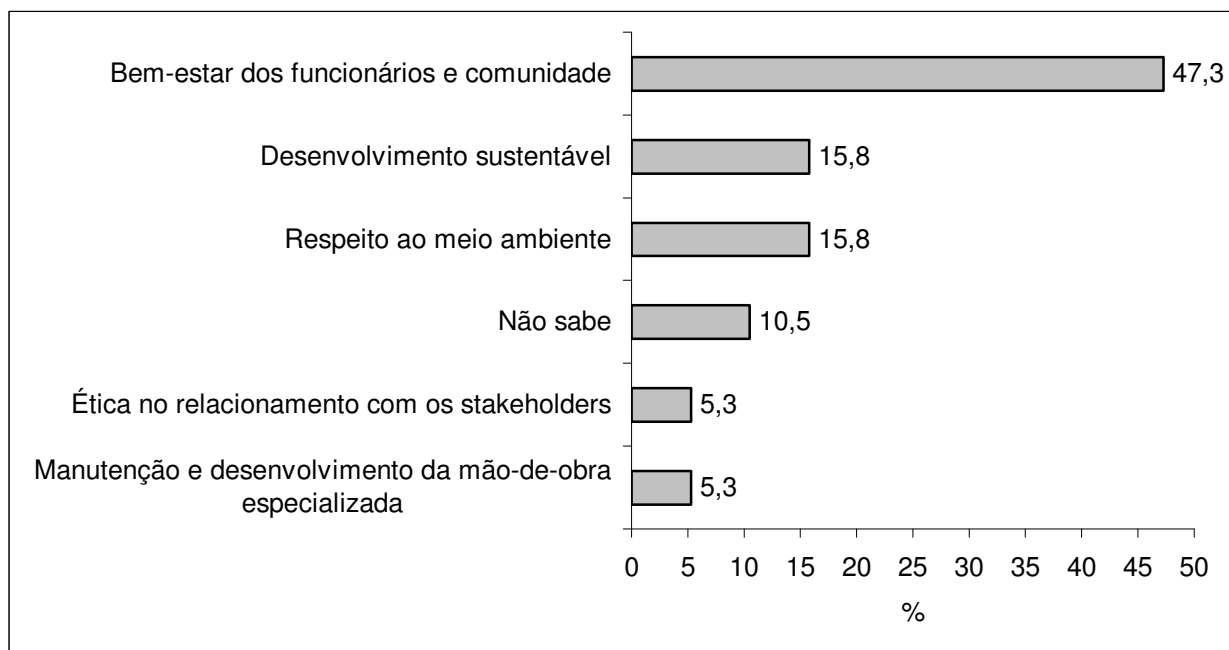


Figura 1 – O que os empresários compreendem por responsabilidade social empresarial.
Fonte: Dados da pesquisa.

As empresas mostraram entender que a ética tem grande importância para a empresa, tanto no relacionamento com seus funcionários como a todos que o circundam. Assim foi comprovado quando 100% do empresariado disseram que ética, para a empresa, é a base de fundamentação do relacionamento humano.

Essa ética empresarial, de acordo com Passos (2004), é um “estudo da forma pela qual normas morais pessoais se aplicam às atitudes e aos objetivos de uma empresa comercial”. Esta moral se caracteriza por um “conjunto de valores e regras de comportamento, ou seja, um código de conduta que a coletividade adota”. O conhecimento ético oferece um quadro de referência

para as decisões corporativas, na medida em que exige uma análise de conjunto que induz a mapear os diferentes interesses dos agentes envolvidos com as empresas. Como as empresas possuem uma marca e reputação a zelar, atos imorais descobertos pela mídia, que se tornaram cada vez mais investigativos, abalam a imagem (SROUR, 2000).

Ressalta-se que a ampliação da responsabilidade das empresas não exclui o seu objetivo natural, que é o crescimento através do lucro. Mas preferencialmente o lucro em longo prazo, com riscos minimizados, que a atuação sustentável e socialmente responsável permite gerar. A responsabilidade social é percebida como todos e quaisquer atos das organizações que possam contribuir positivamente e de forma ampla para a melhoria e qualidade de vida da sociedade em que a mesma atua, mesmo que não contribua diretamente com o lucro da empresa. Portanto, sendo importante no desenvolvimento econômico, ao se tornar um fator de competição entre as empresas (VINHA, 2003; ASHLEY, 2002).

Quando questionados se a empresa realiza alguma ação que caracteriza como de responsabilidade social, os dados demonstraram que apenas 31,3% das empresas fazem algo. Em meio às firmas que não desenvolvem nenhum tipo de ação direcionada à responsabilidade social, 80% delas apresentam interesse em se inserir neste novo contexto de gestão administrativa. Porém, os 20% restantes, ao se mostrarem contrários no envolvimento em alguma forma de projeto sócio-ambiental, indicam que o conceito de responsabilidade social deve ser trabalhado entre o empresariado local, apresentando seus impactos positivos à sociedade e também à empresa.

Dentre as empresas que praticam a responsabilidade social, verificou-se o tipo de ações que elas desenvolvem: 36,8% realizam investimentos na educação dos empregados e 31,6% realizam ações de educação ambiental para os funcionários. Portanto, tal atuação voltada, principalmente, para a agregação de valor dos seus respectivos funcionários acontece pelo retorno imediato que as firmas terão através destas ações de capacitação de funcionários. O próximo item que merece destaque são as outras ações listadas pelos entrevistados (21%): a doação de resíduos utilizados pela produção, como papelão, isopor, plástico, metal, etc., para empresas de reciclagem.

Uma questão discutível está relacionada às ações tidas ou não como responsabilidade social. Na visão de Ashley (2002) é considerada responsabilidade social toda ação que contribui com a melhoria da qualidade de vida da sociedade, então quaisquer atos praticados pela empresa que visem o bem-estar dos *stakeholders* e do meio ambiente de forma ética são considerados ações socialmente responsáveis, porém estes atos devem ser realizados de forma permanente; senão, apesar de trazer benefícios à comunidade, não serão responsabilidade social, mas terão apenas um caráter filantrópico.

A maior importância em se realizar ações sociais, segundo os empresários, é a contribuição ao desenvolvimento sustentável (23,6%) (Figura 2). Os conceitos de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável estão intimamente ligados, pois visam conciliar as esferas econômica, ambiental e social na geração de um cenário compatível à continuidade e à expansão das atividades das empresas, no presente e no futuro. Os entrevistados ressaltaram também a importância de promover o bem-estar da sociedade, a preservação do meio ambiente e qualificação e valorização dos funcionários.

Segundo os relatos, os recursos humanos próprios são os mais utilizados na implementação dos projetos sócio-ambientais. Esta é justamente uma das dificuldades apresentadas pela empresa ao se trabalhar com estes projetos. Destaca-se que nenhuma empresa citou a parceria como tipo de implementação.

Segundo Lustosa (2003), são basicamente quatro fatores que induzem as empresas a investir em ações social e ambientalmente responsáveis: as pressões das regulamentações

ambientais, as pressões dos consumidores finais e intermediários, a pressão dos *stakeholders* e a pressão dos investidores.

Para a autora, a regulamentação ambiental é um dos principais fatores que induzem as empresas a adotar uma postura menos agressiva ao meio ambiente, pois a preservação do meio ambiente não é objeto principal da empresa, sendo necessária alguma pressão para que mude o comportamento empresarial. Já a pressão dos consumidores está ganhando importância, pois o nível de consciência ecológica vem aumentando. Ressalta ainda que a demanda da sociedade por produtos e processos menos agressivos ao meio ambiente faz com que algumas empresas gerem inovações ambientais e outras as adotem.

No que se refere à pressão de *stakeholders*, que é exercida por diversos grupos, desde populações residentes na vizinhança de um empreendimento industrial que ameace o meio ambiente até a sociedade civil organizada, vem ganhando importância. Quanto à pressão dos investidores, observa-se uma preocupação crescente com o desempenho ambiental da empresa, principalmente de setores com alto potencial produtor.

Das pressões de melhoria, a de grande destaque relatada pelos empresários foi a pressão exercida pelo Governo e órgãos ambientais (60%), subsequente à pressão feita pela comunidade com 20%. Ou seja, a crescente pressão da sociedade e de várias ONGs têm impulsionado a disseminação das práticas de responsabilidade social, visto que um número cada vez maior de ONGs ambientalistas tem aparecido em diversas partes do país e adquirindo, assim, um crescente poder de mobilização para determinadas questões ambientais.

Quanto às dificuldades vivenciadas pelos empresários, verifica-se que o principal fator que dificulta o desenvolvimento de ações sociais ou ambientais é por não haver incentivo do poder público (26,3%), através de parcerias entre eles e deduções fiscais. Há a dificuldade de obter recursos financeiros e outros (15,8%), ressaltando-se que os respondentes que não apresentam nenhuma dificuldade (5,3%) sugerem por não ter interesse neste tipo de gestão (Figura 2).

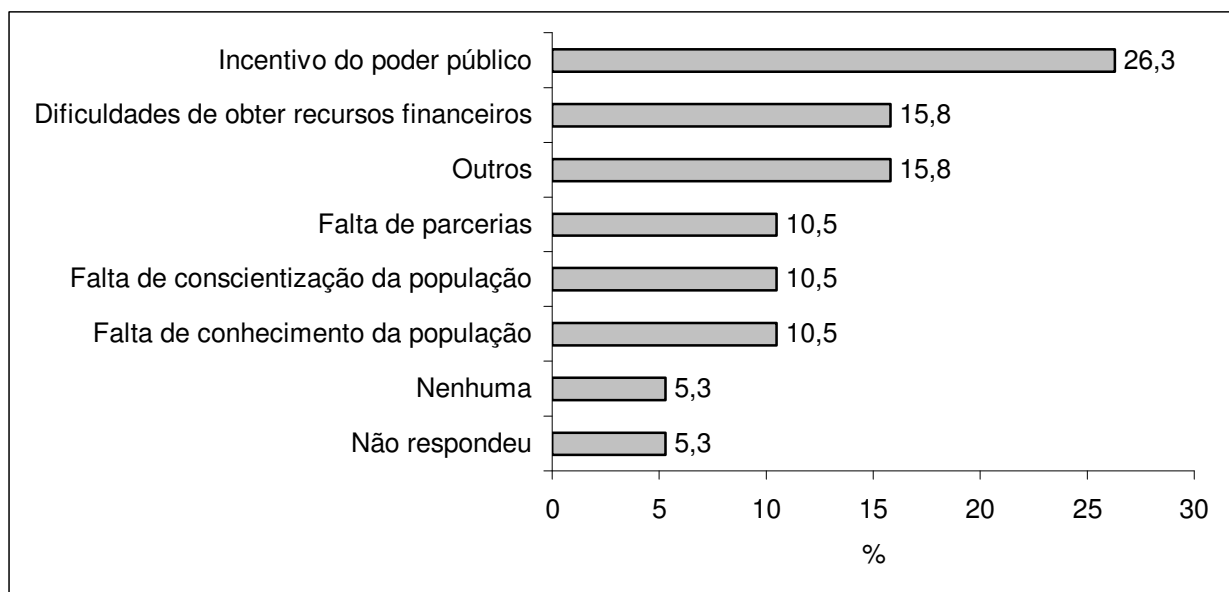


Figura 2 – Principais dificuldades para desenvolver ações sociais ou ambientais.

Fonte: Dados da pesquisa.

Cabe ressaltar que essas dificuldades apresentadas conferem com as levantadas por Lustosa (2003), que numa perspectiva mais ampla cita as seguintes barreiras: organizacionais

(rotatividade da equipe técnica, falta de envolvimento dos funcionários); sistêmicas (falta de informações, falta de capacitação dos empregados); comportamentais (falta de cultura organizacional, resistência a mudança); técnicas (falta de infra-estrutura); econômicas (disponibilidade de recursos e custo de financiamento); governamentais e outras (falta de incentivos para minimizar os impactos sociais e ambientais).

Uma maneira de sintetizar as implicações da responsabilidade social empresarial, colaborando para a qualidade organizacional, social e ambiental nos negócios, visto que expressa os investimentos e as influências da entidade, é o balanço social. Especificamente, o balanço social concebe a demonstração dos gastos e das influências das firmas na ascensão humana, social e ecológica da mesma e dos *stakeholders*. Comparando-se os objetivos da contabilidade e genericamente do balanço social, verifica-se que o primeiro reflete a realidade patrimonial, e o segundo supre as necessidades de apresentação de informações de caráter social e ecológico. Não são todas as empresas que possuem conhecimento e/ou se utilizam do balanço social, já que é através dele que o governo pode avaliar se a empresa possui ações sócioambientais, para assim, poder tomar atitudes que estimulem este tipo de atuação (KROETZ, 2000).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações sócio-econômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro, para se tornarem socialmente responsáveis. Esta mudança ocorreu, devido a esta forma de gestão ter se tornado um fator estratégico de competitividade para as empresas.

Neste sentido, os entrevistados demonstraram que possuíam noções de estratégias e ações de responsabilidade social, pois apenas 10,5% não souberam abordar o assunto. Porém, no Pólo de Informática de Ilhéus poucas indústrias são adeptas a esta forma de gestão, contatando-se que apenas 31,3% realizam alguma forma de ação socialmente responsável. Cabe salientar que, das empresas que não realizam as ações, a maior parte se interessa em desenvolvê-las.

Assim, as empresas que praticam essas ações procuram fornecer educação ambiental para a sociedade e funcionários e investir na educação dos empregados; este último aspecto é considerado de grande importância para as firmas, pois os resultados dessas ações são visivelmente mais rápidos.

Apesar das empresas sofrerem pressões, principalmente do governo e da comunidade, para investirem em ações sociais e ambientais, elas apresentam várias dificuldades para concretizá-las. Dentre elas a falta de incentivo do poder público, dificuldades de se obter os recursos financeiros necessários, falta de parcerias e outras.

Portanto, ao investir em responsabilidade social, as empresas contribuem não somente para reduzir as externalidades causadas por suas atividades, mas contribui para a mitigação das desigualdades sociais existentes e garante a perenidade do próprio negócio ao conquistar a preferência dos investidores e consumidores.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, L. L. de; NEIVA, E. L.; MARINHO, M. M. de O. Responsabilidade Social ou Obrigações Sociais? Uma Abordagem Introdutória. In: CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE, 3, 2004, Salvador. *Anais...* Salvador: Expogeo e UFBA, 2004, v. 1, p. 101-102.

- ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. 2 ed. Recife, PE: Cortez, 1995.
- GRUPO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DO PÓLO DE INFORMÁTICA DE CAXIAS DO SUL, **Contextualizando a Responsabilidade Social**. Disponível em: <http://www.aepolo.org.br/artigo_6.asp>. Acesso em: 18 jun. 2006.
- IBGE. **Sinopse do Censo 2000**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 29 fev. 07.
- KROETZ, César Eduardo S. **Balanco social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LUSTOSA, M. C. J. Industrialização, Meio Ambiente, Inovação e Competitividade. In: PETER, H. M.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. de. **Economia do Meio Ambiente: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, p. 155-172.
- OLIVEIRA, Gilson de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Revista FAE**, Curitiba, v. 5, n. 2, maio/ago. 2002.
- OLIVEIRA, Patrícia Carvalho. **A importância da responsabilidade social para as empresas**. 2003. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia.
- OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- PASSADOR, Cláudia Souza. **A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento**, 2002. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0044201.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2006.
- PASSOS, Elizete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.
- SENHORAS, Elói Martins. **Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social: estratégias de uma política duplo-ganhadora**. Disponível em: <http://www.cori.unicamp.br/CT2006/trabalhos/DESENVOLVIMENTO%20SUSTENTaVEL%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL.doc>. Acesso em: 16 fev. 07.
- SOUB, José N. P. **Minha Ilhéus: fotografias do século XX e um pouco de nossa história**. Itabuna, Bahia: Agora, 2005, 178p.
- SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira**. São Paulo: Atlas, 2005, 423 p.
- VINHA, V. da. As Empresas e o Desenvolvimento Sustentável: da Eco-eficiência à Responsabilidade Social Corporativa. In: PETER, H. M.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. de. **Economia do Meio Ambiente: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, p. 173-196.
- VEZQUEZ, Adolfo S. **Ética**. 19 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.