

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

**DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DO SETOR
DE EDIFICAÇÕES DO PROJETO CONSTRUINDO O FUTURO**

CURITIBA

2008

QUIRINO OSÓRIO DA SILVA JUNIOR

**DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DO SETOR
DE EDIFICAÇÕES DO PROJETO CONSTRUINDO O FUTURO**

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Construção Civil, Setor de Tecnologia, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Construção Civil.

Orientadora: Prof.^a Maria do Carmo Duarte Freitas, Dr.^a Eng.

CURITIBA

2008

TERMO DE APROVAÇÃO

QUIRINO OSÓRIO DA SILVA JUNIOR

DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DO SETOR DE EDIFICAÇÕES DO PROJETO CONSTRUINDO O FUTURO

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em Construção Civil da Universidade Federal do Paraná, pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Orientadora: Prof.^a Maria do Carmo Duarte Freitas, Dr.^a Eng.

Programa de Pós-Graduação em Construção Civil, UFPR.

Prof. Ricardo Mendes Junior, Dr. Eng.

Programa de Pós-Graduação em Construção Civil, UFPR.

Prof.^a Maria Aridenise Macena Maia Fontenelle, Dr.^a Eng.

Universidade de Fortaleza - UNIFOR.

Prof.^a Laíze Márcia Porto Alegre, Dr.^a.

Programa de Pós-Graduação em Tecnologia - UTFPR

Curitiba, 08 de abril de 2008.

“Aprender nunca é demais. Quanto mais aprendo, mais vejo que sei muito pouco”, José Batista de Oliveira, ajudante de servente terceirizado, que retomou os estudos da 4ª série, interrompidos há mais de 20 anos.

AGRADECIMENTOS

Aos que todo o tempo estiveram comigo nesta trajetória: minha querida esposa Ilka e meus lindos filhos pelo incentivo e paciência.

A professora Dr^a Eng. Maria do Carmo Duarte Freitas pela empreitada desafiadora.

A professora Dr^a Eng. Andrea Angela Panzeter pelo direcionamento no início do mestrado.

As empresas do Projeto Construindo o Futuro pela participação e confiança.

A Companhia Brasileira de Petróleo Ipiranga pela oportunidade de compartilhar o meu trabalho com esta pesquisa.

A Universidade Federal do Paraná por possibilitar o desenvolvimento deste trabalho.

A todos que de alguma forma contribuíram para a realização desta conquista. Aos amigos conquistados, professores e colaboradores, em especial a Ziza pela dedicação ao Programa de Pós-Graduação.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 OBJETIVO GERAL	4
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.3 PRESSUPOSTO	4
1.4 ESTRUTURA DA PESQUISA	4
1.5 RESULTADOS ESPERADOS	5
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL NA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO CIVIL	6
2.1 CENÁRIO DA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL	6
2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL	9
2.3 INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	12
2.3.1 <i>The Natural Step</i> – TNS®	13
2.3.2 Modelo Analítico de HOPKINS	14
2.3.3 Projeto SIGMA - <i>Sustainability Integrated Guidelines for Management</i>	16
2.3.4 AA 1000 - <i>Institute of Social and Ethical Accountability</i> - ISEA,	17
2.3.5 <i>Occupational Health and Safety Assessment Series</i> - OHSAS 18001	18
2.3.6 <i>Social Accountability</i> - SA 8000	19
2.3.7 Sistema de Gestão: Responsabilidade Social - NBR 16001	20
2.3.8 <i>International Organisation for Standardization</i> - ISO 26000	21
2.3.9 Indicadores ETHOS	23
2.4 GESTÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	25
2.5 A INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO CIVIL - ICC	28
2.5.1 Características do Setor de Edificações	30
2.5.2 Evolutivo de modelos de gestão na Indústria da Construção Civil	33
2.5.3 Ações Sociais na Indústria da Construção Civil	38
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	41
3.2 AMBIENTE DA PESQUISA	42
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	44
3.4 UNIVERSO DA PESQUISA	45
3.5 DELINEAMENTO DA PESQUISA	45
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	47
4.1 TEMA 1 - VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	47

4.2	TEMA 2 – PÚBLICO INTERNO	49
4.3	TEMA 3 – MEIO AMBIENTE.....	53
4.4	TEMA 4 – FORNECEDORES.....	58
4.5	TEMA 5 – CONSUMIDORES E CLIENTES.....	60
4.6	TEMA 6 – COMUNIDADE.....	62
4.7	TEMA 7 – GOVERNO E SOCIEDADE	64
4.7.1	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	65
5	CONCLUSÃO	68
5.1	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	68
5.2	RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	71
	APÊNDICE A - CARTA CONVITE	90
	ANEXO A - PESQUISA SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CONSTRUÇÃO CIVIL	91

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fatores para implantação de Sistemas de Gestão de Qualidade.....	35
Figura 2 - Indicadores de Profundidade	46
Gráfico 1 - Credibilidade atribuída à comunicação X Interesse por RSE - Brasil - 2005	3
Gráfico 2 - Ações indicativas de responsabilidade social de uma grande empresa - Brasil e Mundo - 2005	7
Gráfico 3 - Valores, Transparência e Governança	48
Gráfico 4 - Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho.....	52
Gráfico 5 - Meio Ambiente (item 3.5 - Desenvolvimento sustentável)	55
Gráfico 6 - Meio Ambiente (Total).....	57
Gráfico 7 – Critérios de seleção e avaliação de fornecedores (item 4.1).....	58
Gráfico 8 - Fornecedores.....	59
Gráfico 9 - Política de Comunicação Social: Consumidores e Clientes (itens 5.1.1, 5.1.2 e 5.1.5).....	60
Gráfico 10 - Política de Comunicação social: Consumidores e Clientes (itens 5.1.3, 5.1.4 e 5.1.6).....	61
Gráfico 11 - Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno.....	63
Gráfico 12 – Governo e Sociedade.....	64

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Princípios de Sustentabilidade Natural STEP.....	14
Quadro 2 – Indicadores relacionados com Responsabilidade Social Empresarial segundo o modelo de Hopkins.....	15
Quadro 3 – Requisitos x Aspectos Chave da Norma SA 8000.....	19
Quadro 4 - Indicadores Ethos setoriais de Responsabilidade Social Empresarial: Construção Civil - foco em Construtoras.....	24
Quadro 5 - Características Gerais da Indústria da Construção - Subsetores.	29
Quadro 6 - Diagnóstico das práticas de responsabilidade social	66
Quadro 7 – Temas 1 - 3 - 7 => Planejamento Estratégico	69
Quadro 8 – Temas 2 – 4 – 6 => Gestão Empresarial.....	70
Quadro 9 – Tema 5 => Marketing	70
Tabela 1 - Valores, Transparência e Governança.....	47
Tabela 2 - Público Interno.....	50
Tabela 3 - Meio Ambiente (itens 3.1, 3.2, 3.3 e 3.4).....	54
Tabela 4 - Meio Ambiente (item 3.6 - Utilização da Madeira)	56

RESUMO

A Responsabilidade Social Corporativa é cercada por debates filosóficos sobre o dever das empresas em promover o desenvolvimento social. O conhecimento das práticas de responsabilidade social promove um impacto positivo na imagem da empresa. Fato que requer uma mudança de cultura nas organizações. O objetivo desta pesquisa é diagnosticar as práticas de responsabilidade social das empresas do setor de edificações, na Construção Civil, participantes do Projeto Construindo o Futuro, filiadas ao Sindicato da Indústria da Construção Civil (SINDUSCON), no Estado do Paraná, com sede em Curitiba e Região Metropolitana. Para tanto se utilizou os indicadores elaborados pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Empresarial para a construção civil. Os resultados analisados demonstram que as empresas se enquadram segundo a classificação Ethos entre o nível básico (Estágio 1) e intermediário (Estágio 2). Comparou-se com os objetivos daquele projeto. Finalmente, a pesquisa oferece sugestões de melhoria para aplicação nos modelos de gestão das empresas, encaminhando mudanças e avanços em relação à conformidade de suas práticas.

Palavras-Chaves: Responsabilidade Social Corporativa, Construção Civil, Modelo de Gestão.

ABSTRACT

The issue of Corporate Social Responsibility revolves around philosophical concerns about the role companies play in promoting social development. An exact understanding of the different practices that fall under the concept of social responsibility is certainly an important requisite for promoting a positive impact on a company's image. This also demands a decisive change in corporate culture. The objective of this study is to diagnose the practices understood as socially responsible by companies in the Civil Construction sector, Construction of Buildings subsector, namely, those listed as partners in the *Construindo o Futuro* (Building the Future) project, affiliated with the *Sindicato da Indústria da Construção Civil* (Civil Construction Industries Union, SINDUSCON), and based in the greater Curitiba metropolitan area, in the state of Paraná. In this inquiry, we made use of the indicators elaborated by the *Instituto Ethos de Responsabilidade Empresarial* (Ethos Institute for Entrepreneurial Responsibility) for the Civil Construction sector. The results show that companies may, *de facto*, be arranged between the basic and intermediate levels (Stage 1 and 2, respectively), under the classification proposed by *Ethos* and in comparison with the objectives of that project. Finally, this study submits alternatives for improving companies' management models that might foster changes and advances in relation to the conformity of their practices.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Civil Construction, Management Models.

1 INTRODUÇÃO

Na segunda metade do século XX, um bloco histórico materialista, admitiu a organização produtiva como sua instituição hegemônica. E o indivíduo é considerado um “ser” produtor. O conjunto de conceitos, valores, princípios e normas que orienta o homem ocidental do final do século XX tende a coincidir com aqueles da organização produtiva. A realização individual tem como modelo e medida a realização empresarial. No início do século XXI, destaca-se a presença do ideal pessoal de realização material através do ganho financeiro e da lucratividade. Em condições sociais normais, o compromisso ético da organização produtiva, uma instituição especialista em relações materiais, é a produção lucrativa, por meio do atendimento eficiente das necessidades materiais dos indivíduos. Organizações produtivas que não lucram, desaparecem (SANTOS, 2003).

No ambiente econômico globalizado, a pressão exercida pela opinião pública, associações de consumidores, organizações não-governamentais, sindicatos, sobre as empresas multinacionais, exige maior responsabilidade quanto ao impacto social e ambiental de operações destes empreendimentos. As empresas, em resposta a esta situação, adotam códigos de conduta privados, contendo princípios de proteção ao trabalhador presentes no consenso das comunidades e sintetizados em normas do trabalho proveniente da Organização Internacional do Trabalho (OIT). Os efeitos dos códigos de conduta não estão claros, mas exigem novas reflexões sobre o papel do Estado, da sociedade, a delimitação do espaço público e privado nas relações laborais (CARDOSO, 2003).

Santos (2003) afirma que em condições de hegemonia social, o compromisso ético da organização produtiva expande-se. Tem que se comprometer com a realização integral do homem, ou seja, aprender a lidar com questões individuais, sociais e transcendentais, presentes nas expectativas humanas do “produtor”. Na prática terá que trazer para si as responsabilidades de definir o bem comum, cuidar exemplarmente do bem de todos, equilibrar as metas e valores distintos, que podem ser concorrentes das outras instituições da sociedade, e tomar as decisões de *trade*

off (= vantagens e desvantagens em situação de alternativas sociais excludentes), estabelecer e esclarecer os critérios utilizados para a tomada de tais decisões.

A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. “Assim, numa visão expandida, a responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade” (ASHLEY *et al.*, 2002).

A construção civil é a indústria da qualidade de vida, uma vez que produz bens como soluções de urbanismo e edificações indispensáveis ao bem-estar e à evolução da sociedade, bem como planeja e executa soluções de infra-estrutura imprescindíveis ao aumento da produtividade da sociedade (CBIC, 1998).

Conforme pesquisa do Instituto Akatu (2005), o fato de que metade da população alberga dúvidas quanto à comunicação das ações das empresas e levanta um questionamento quanto à efetividade do modelo de divulgação via balanços sociais e propaganda institucional. Sugere também que a legitimidade da credibilidade empresarial na área corre o risco de diluir-se, pois investimentos sérios convivem com ações percebidas como tendo baixa credibilidade.

Azambuja (2005) demonstra, com números, que a população, de uma maneira geral, aprova as ações voltadas ao desenvolvimento humano:

Investigação realizada em 2003, sob o patrocínio do Instituto Ethos e do jornal Valor, revelou que cerca de 1/3 dos consumidores brasileiros, no momento da compra de um produto ou serviço, puniu, deixando de adquirir, ou prestigiou, dando preferência, aquelas empresas que, respectivamente, exercem ou deixam de exercer sua responsabilidade social. Essa avaliação é mais contundente no caso dos líderes de opinião: cerca de metade deles baliza seu comportamento de compra de acordo com a imagem da empresa enquanto agente social. Isso quer dizer que se mostrar socialmente responsável já influi de maneira positiva nas vendas de produtos e serviços. Portanto, dada à conscientização crescente dos consumidores, o fato da empresa estar comprometida com a comunidade e ser percebida positivamente por ela já representa uma vantagem competitiva no mundo dos negócios.

O cruzamento entre a receptividade à comunicação empresarial e o interesse por informação revela quatro “perfis de audiência” (apáticos ingênuos, audiência perdida, céticos engajados e hiper receptivos), que capturam a atitude do consumidor e indicam oportunidades e obstáculos para os planos das empresas (INSTITUTO AKATU, 2005). O gráfico 1 mostra os “perfis de audiência”, ou seja, a

distribuição do público conforme perfil de credibilidade na comunicação e interesse pela Responsabilidade Social Empresarial - RSE.

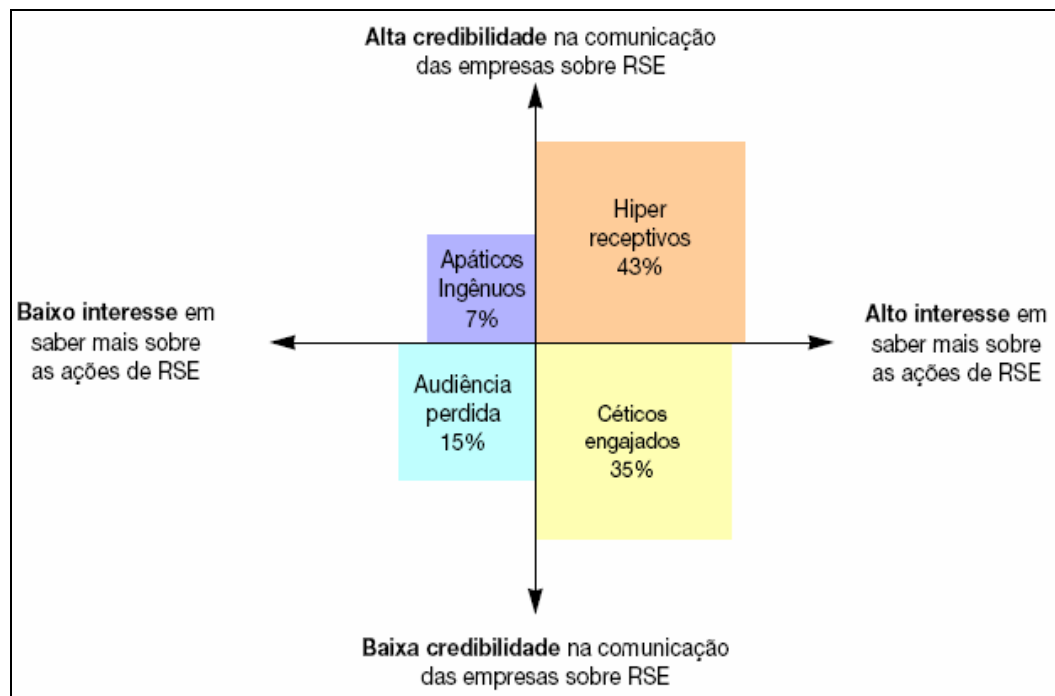


Gráfico 1 - Credibilidade atribuída à comunicação X Interesse por RSE - Brasil - 2005

Fonte: INSTITUTO AKATU, 2005.

O conceito de Responsabilidade Social Corporativa – RSC – tem forte conotação normativa e é cercado por debates filosóficos sobre o dever das empresas em promover o desenvolvimento social. Diante disso, surge a necessidade de construção de ferramentas teóricas que pudessem ser testadas e aplicadas no meio empresarial (GAIOTO, 2001).

O conhecimento das práticas de responsabilidade social promove impacto positivo na imagem da empresa. A escassez de documentos, teses e artigos abordando esta problemática no setor da construção civil demonstram a incipiência das ações de implantação e mudança de cultura sobre este tema. Fato que requer uma adaptação no modelo de gerenciamento da construtora. Assim, diante da realidade, nesta pesquisa busca-se resposta para: Como identificar quais são as práticas de responsabilidade social percebidas nas empresas do setor de edificações?

1.1 OBJETIVO GERAL

Diagnosticar as práticas de responsabilidade social das empresas do setor de edificações, participantes do Projeto Construindo o Futuro, filiadas ao Sindicato da Indústria da Construção Civil (SINDUSCON), no Estado do Paraná, com sede em Curitiba e Região Metropolitana.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- estabelecer os estágios em que se enquadram as empresas pesquisadas, segundo a classificação ETHOS,
- comparar a classificação ETHOS obtida na pesquisa com os objetivos do Projeto Construindo o Futuro,
- contribuir com o grupo para uma melhor compreensão da RSC e sua aplicação em seus modelos de gestão com a intenção de serem empresas socialmente responsáveis.

1.3 PRESSUPOSTO

É possível identificar as ações que as empresas do Projeto Construindo o Futuro adotam em seu modelo de gestão empresarial com os princípios da Responsabilidade Social, segundo os indicadores Ethos setoriais de responsabilidade social empresarial - construtoras.

1.4 ESTRUTURA DA PESQUISA

O primeiro capítulo deste trabalho consiste em uma explanação geral da contextualização do problema a ser abordado, para facilitar a compreensão do tema proposto. Neste capítulo também estão descritos os objetivos deste projeto.

No segundo capítulo apresenta-se a revisão bibliográfica, abordando os conceitos de responsabilidade social, modelos de gestão, as características da indústria da construção civil, alguns exemplos das iniciativas de Responsabilidade

Social Corporativa, os indicadores de Responsabilidade Social e as mudanças ocorridas com a RSC. Adicionalmente, dentro da compreensão dos modelos de gestão, descreve-se a evolução do setor da construção civil, impulsionados pela TI.

Ainda nesta etapa realiza-se uma análise mais detalhada entre os indicadores de responsabilidade social, os requisitos de Normas e a escolha dos indicadores relacionados ao setor para a utilização na pesquisa.

O terceiro capítulo aborda a metodologia aplicada para o desenvolvimento da pesquisa.

No quarto capítulo apresentam-se as análises dos resultados obtidos pelo questionário e discussões, no que tange as atividades de responsabilidade social, praticadas pelas empresas do setor da indústria da construção civil filiadas aos SINDUSCON no Estado do Paraná com sede em Curitiba e região metropolitana, que aderiram ao Projeto Construindo o Futuro.

No Quinto capítulo, organiza-se o diagnóstico com o relacionamento entre os indicadores ETHOS de profundidade equivalentes e compatíveis com os resultados encontrados na pesquisa, com os objetivos das empresas participantes do Projeto Construindo o Futuro, divididos pelos 7 temas principais do questionário aplicado.

Nas considerações finais, conclui-se o assunto pesquisado e apresentam-se sugestões de ações que possam vir a contribuir em trabalhos futuros, ressaltando o alcance e a consequência das contribuições. Nos apêndices e anexos são apresentados a carta convite e o questionário utilizado na pesquisa de campo.

1.5 RESULTADOS ESPERADOS

Esta investigação identificou as ações que as empresas adotam em seus modelos de gestão empresarial, empregados na construção civil, que se relacionam com as normas e indicadores da Responsabilidade Social.

A pesquisa limitou-se às empresas, construtoras, filiadas ao SINDUSCON no Estado do Paraná com sede em Curitiba e região metropolitana, participantes do Projeto Construindo o Futuro.

Os resultados esperados passam pelo diagnóstico das práticas de Responsabilidade Social do setor de edificações.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL NA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO CIVIL

Segundo a Câmara Brasileira Da Indústria Da Construção Civil – CBIC (1998), para o desenvolvimento econômico com a evolução da sociedade e da cidadania, é necessário que se caminhe na direção da descentralização das decisões. O aumento da participação da iniciativa privada na economia gera mais dinamismo e propicia o surgimento da empresa cidadã, que percebe as interligações holístico-sistêmicas da economia e que o enorme potencial de crescimento e bem-estar só será alcançado numa sociedade de mais colaboração.

No intuito de discutir estas questões no âmbito da Construção Civil é que será apresentado como se encontram no Brasil, a Responsabilidade Social Corporativa, seu conceito, indicadores e casos públicos de sua aplicação nas organizações. Em seguida, falar-se-á sobre os modelos de gestão nas empresas que atuam na Indústria da Construção Civil, mas especificamente no subsetor Edificações.

2.1 CENÁRIO DA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

É crescente a ambigüidade de sentidos associados ao conceito de responsabilidade social. A publicação “Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro Pesquisa 2005” perguntou a uma parte (ou sub-amostra) dos consumidores o que eles entendiam como atividades definidoras de uma grande empresa como sendo socialmente responsável.

O gráfico 2 compara com a média mundial (21 países) os dados específicos do Brasil e o que uma empresa deve fazer para ser considerada socialmente responsável.

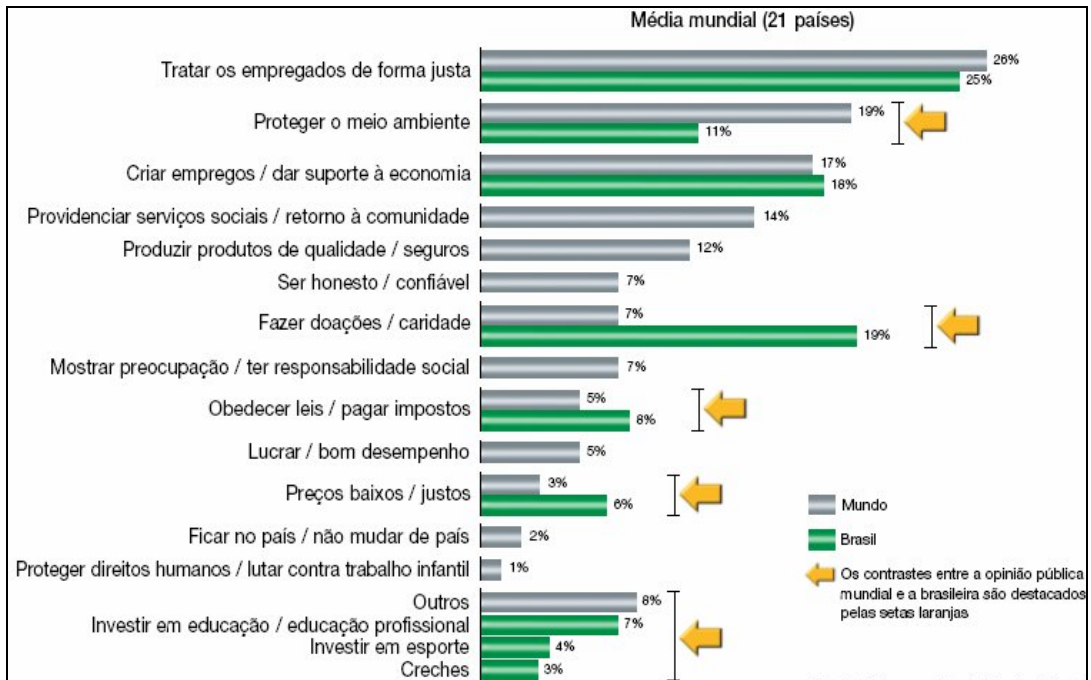


Gráfico 2 - Ações indicativas de responsabilidade social de uma grande empresa - Brasil e Mundo - 2005

Fonte: Globescan / Market Analysis Brasil *apud* INSTITUTO AKATU, 2005.

A visão do consumidor brasileiro associa com maior ênfase a noção de RSC a intervenções de caráter emergencial ou assistencialista, por exemplo, fazer doações e adotar práticas de caridade (19%), investimentos focados em públicos carentes ou para complementar serviços sociais deficitários, tais como: investir em educação (7%), em esportes (4%) ou em creches (3%). Certos países tendem a privilegiar aspectos ecológicos ou sociais, outros a qualidade dos produtos, ou ainda no grupo ao qual o Brasil pertence em primeiro lugar aparece o fato de “tratar os empregados de forma justa” (25%), seguido pelo item “criar empregos e dar suporte à economia” (18%). Ambas estão entre as três idéias-chaves ou prioritárias que determinam o que é RSC para a opinião pública (INSTITUTO AKATU, 2005).

Documentos da Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA (2008) afirmam que a tendência mundial dos investidores é procurarem empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para aplicar seus recursos. Tais aplicações, denominadas “investimentos socialmente responsáveis” (SRI), consideram que empresas sustentáveis geram valor para o acionista no longo prazo, pois estão mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais.

No Brasil, a expectativa dessa tendência é de que ela cresça e se consolide rapidamente. Atentas a isso, a BOVESPA, em conjunto com outros órgãos, tais como: o Ministério do Meio Ambiente e o Instituto ETHOS – decidiu unir esforços para criar um índice de ações que seja um referencial para os investimentos socialmente responsáveis, o Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE – (BOVESPA, 2008).

Criado em dezembro de 2005, o ISE tem como base o conceito de *Triple Bottom Line* (TBL), que avaliam, de forma integrada, elementos ambientais, sociais e econômico-financeiros. Mas, aos princípios do TBL, foram adicionados outros três indicadores: governança corporativa, características gerais e natureza do produto (BOVESPA, 2008). Iniciativa pioneira do mercado de capitais latino-americano, o indicador tornou-se um poderoso indutor das práticas de governança e responsabilidade social e ambiental entre as empresas listadas na Bolsa. Em suas dimensões econômico-financeira, social e ambiental existe ainda uma divisão em quatro conjuntos de critérios:

- I. políticas (indicadores de comprometimento);
- II. gestão (indicando adoção de planos, programas, metas e sistemas de monitoramento);
- III. desempenho (indicadores de performance ou de desempenho); e
- IV. cumprimento legal (avaliando o cumprimento de legislação nas áreas de concorrência, consumidor, trabalhista, ambiental dentre outras).

Cabe destacar a VIII Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas realizada pelo Instituto ADVB de Responsabilidade Social – IRES – em 2007. Os dados gerados nessa pesquisa para informações estatísticas foram tratados de modo confidencial e sem atribuição individual. O Universo de empresas-alvo foi de 8190, mas, somente 3110 (38% do total) responderam à pesquisa, sendo que distribuídas da seguinte forma: 33% de empresas de grande porte, 56% de médio porte e 11% de pequeno porte. Desses percentuais 4% das empresas de grande porte e 2% das empresas de médio porte são de empresas públicas, em nível municipal, estadual e federal.

Nessa pesquisa constatou-se que 81% delas divulgam suas ações sociais com todos os públicos com os quais se relacionam. E com relação à norma

internacional sobre Certificação em Responsabilidade Social (ISO 26000) 77% das empresas têm interesse em implantá-la (IRES, 2007).

Dados do Instituto Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2005), em pesquisa realizada em 2000, com empresas do Sul do Brasil constataram que essas investiram nas atividades voltadas à qualidade de vida de seus funcionários e às atividades que beneficiaram a comunidade onde atua.

No Nordeste, as empresas dão preferência para programas sociais junto à comunidade, porém a pesquisa revela que apesar disso, elas promoveram 15% a mais de ações não obrigatórias que beneficiam seus funcionários que as empresas do Sudeste (PONTES, 2003).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social - ETHOS, (2006) define a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (*stakeholders*) no curto e no longo prazo. Os públicos de relacionamento da empresa envolvem inúmeras organizações de interesse civil/social/ambiental, além daqueles usualmente reconhecidos pelos gestores — público interno, acionistas e consumidores/clientes. Este mesmo conceito é adotado por uma série de outras instituições, como *Business for Social Responsibility* (BSR), *Corporate Social Responsibility* (CSR-Europe), *International Finance Corporation* (IFC), *Sustainability Institute*, *Institute of Social and Ethical Accountability*, organizações pelo desenvolvimento sustentável.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A palavra Responsabilidade deriva do latim – *responsabilitatis*, e quer dizer obrigação geral de responder pelas conseqüências dos próprios atos ou pelos de outros. Já a palavra Social diz respeito à relação entre um indivíduo e a sociedade (LAROUSSE, 1992).

Desde 3000 a.C. ações sociais vêm sendo percebidas. As primeiras civilizações egípcias desenvolveram um severo código moral, com base na justiça social, encorajando as pessoas a ajudarem os outros em suas necessidades, assim como na Índia, na antiga sociedade grega, com os profetas judeus, nas primeiras igrejas cristãs, na Espanha pelos idos dos anos 1500 (MIRANDA, 2001).

A ética e a responsabilidade social corporativa eram aceitas como doutrina até o século XIX, nos Estados Unidos e na Europa. No início do século XX, o foco principal das empresas estava voltado para o produto, no qual seu sucesso era medido pela capacidade de produzir. Na seqüência, era produzir com preço competitivo. Gradualmente novos atributos foram sendo incorporados ao produto, como sua qualidade, os serviços, a inovação, a marca e sua distribuição. Mas, estas mudanças estavam sempre ligadas ao produto. "A empresa era o produto" (MATTAR, 2001). Com a independência dos Estados Unidos e, até este período foram adotadas legislações sobre corporações, com o único propósito de lucros para seus acionistas (ASHLEY *et al.*, 2002).

A questão da ética e da responsabilidade surgiu em 1919, com o julgamento no caso Dodge versus Ford, que versava sobre a competência de Henry Ford, presidente e acionista majoritário da empresa. Em 1916, Henry Ford, alegando objetivos sociais, decidiu não distribuir parte dos dividendos esperados, revertendo-os para investimentos na capacidade de produção, aumento de salários e fundo de reserva. A Suprema Corte de Michigan foi favorável aos Dodges, justificando que a corporação existe para o ganho de seus acionistas e que seus diretores corporativos têm liberdade absoluta de escolha apenas quanto aos meios para conseguir tal fim, não podendo usar os lucros para outros propósitos. Na medida em que favorecessem os lucros dos acionistas, a filantropia corporativa e a aplicação de dinheiro na imagem da corporação para atrair consumidores poderiam ser realizadas (ASHLEY *et al.*, 2002).

A evolução do conceito moderno de responsabilidade social das empresas foi mapeada por Carroll, (1999, *apud* Fisher, 2004). Nos anos 50, a literatura formal com relação a este assunto começou a ser desenvolvida. Durante os anos 60 e 70, definições sobre a responsabilidade social das empresas expandiram-se e proliferaram. Paralelamente à pesquisa dentro da Responsabilidade Social Corporativa – RSC, pesquisadores de gerenciamento deram início nos anos 60 ao estudo da ética nos negócios que no início foi considerada como mais um conceito passageiro de gerenciamento, entretanto o interesse na ética nos negócios vem aumentando desde então (TREVINO E NELSON, 1999, *apud* FISHER, 2004).

Durante os anos 70, a ética nos negócios apresentou-se como um campo de estudo construído com base nos fundamentos fornecidos pelos teólogos (Ferrel *et al.*, 2000, *apud* Fisher, 2004). Na década de 80 foram criados centros de apoio,

oferecendo publicações de pesquisas, cursos, conferências, seminários e o estudo sobre a ética nos negócios foi introduzido no currículo escolar.

No início do século XXI, os consumidores querem o compromisso das empresas quanto às questões referentes ao trabalho infantil, às demissões em massa, exploração exagerada dos trabalhadores, práticas disciplinares, discriminação, saúde, segurança e sistemas de gestão entre outros, que promovem os direitos humanos (MATTAR, 2001).

Percebe-se que a ética nos negócios está ainda em fase de evolução, e estudado sob as perspectivas da filosofia ou ciências sociais, tratada pragmaticamente como a busca para a solução de problemas específicos. Sob o ponto de vista comercial o principal foco tem sido na RSC, enquanto filósofos têm se envolvido na aplicação de teorias e análises para estruturar a disciplina na ética nos negócios. Como se esperava, os líderes adotaram conceitos com base nestas teorias “com pouco interesse na exatidão da definição tão intrigante para os estudiosos” (Epstein, 1987, p 103, *apud* Fisher, 2004). As definições de responsabilidade social e ética são utilizadas freqüentemente em combinação, embora cada um tenha um significado distinto (Epstein, 1987; Ferrell, 2000, *apud* Fisher, 2004).

Fraedrich *et al.* (2001) dividiu a responsabilidade social em quatro diferentes dimensões, como segue: legal, ética, econômica e filantrópica. A dimensão legal da responsabilidade social foi transformada em leis pela sociedade para eliminar conduta inaceitável. Isso quer dizer que todas as organizações trabalham dentro da lei e estão conscientes de suas restrições legais. E não se limita apenas a seus contratos sociais, mas engloba também a saúde e segurança, normas comerciais, legislação ambiental, leis trabalhistas e outras áreas de vida.

Segundo Ashley *et al.* (2002), o enfoque ético da responsabilidade social corporativa é resultado de princípios religiosos e de normas sociais predominantes na sociedade. Incorpora, portanto, idéias morais e éticas sob um enfoque normativo, ou seja, todas as organizações devem seguir.

A dimensão ética da responsabilidade social é definida pelas empresas como “o que é certo, justo e equitativo”, além do cumprimento das disposições legais. A dimensão econômica constitui o fundamento de todas as atividades da empresa. Todas as organizações necessitam ser econômicas, seja qual for a origem da receita; manter-se viáveis e operar dentro de seu contrato social. Todas as

organizações devem divulgar prestações de contas certificadas e regidas por critérios acordados (FRAEDRICH *et al.*, 2001).

Na visão organizacional, a Responsabilidade Social Corporativa é entendida como qualquer compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade. Expressa por meio de atos e atitudes que incidam positivamente em alguma comunidade, demonstrando uma postura pró-ativa e coerente da empresa no que tange ao seu papel específico na sociedade e na sua prestação de contas para com ela (ASHLEY *et al.*, 2002).

A dimensão filantrópica da Responsabilidade Social, segundo Fraedrich *et al.* (2001), é puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição não imposta pela economia, pela lei ou pela ética. Inclui-se nesta atividade: fazer doações a obras beneficentes; contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados.

Azambuja (2005) observa:

(...) a responsabilidade social, por estar vinculada ao processo de gestão, deve ser vista mais do que uma simples prática: deve estar umbilicalmente associada a uma relação comercial/financeira das empresas. Ela não se viabiliza, portanto, com base em uma decisão ou vontade do topo da organização, mas deve permear todos os seus públicos e parceiros (fornecedores, por exemplo), sendo expressão, pois, da própria cultura da organização.

Finalizando este breve histórico e conceito, a seguir apresentam-se indicadores de Responsabilidade Social em aplicação nas organizações do Brasil e do mundo.

2.3 INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.

O papel das empresas tem mudado neste início de século XXI. Torna-se então de suma importância explorar as dinâmicas que estão subjacentes à popularização das iniciativas de responsabilidade social, assim como aos sucessos e fracassos das ações desenvolvidas pelas empresas. Busca-se, sobretudo, entender a visão dos consumidores sobre esse tema, suas expectativas e reações ante as ações das empresas (INSTITUTO AKATU, 2005).

Indicadores são instrumentos usados para avaliar uma determinada realidade levando-se em conta variáveis pertinentes para sua composição. Além da avaliação, o uso de indicadores permite medir e monitorar aspectos da realidade (INSTITUTO ATKWHH, 2008).

As dificuldades para a criação de indicadores passam por parâmetros de conceituação, implementação e monitoramento de um sistema local, nacional ou internacional. É consenso que uma política de desenvolvimento sustentável não é possível sem indicadores. Pouco se tem de concreto, pois o tema é novo para a comunidade acadêmica e os resultados de pesquisa e experimentação ainda não estão disponíveis, existem trabalhos em andamento (ATKWHH, 2008).

Os indicadores são classificados de diferentes formas de acordo com as necessidades de informação da empresa e a sua estrutura de organização e decisão. Por exemplo, Kaplan e Norton (1997 *apud* Costa, 2003), autores que propuseram o *Balanced Scorecard*, classificam como indicadores de resultados e vetores de desempenho. Os primeiros são aqueles que indicam se os objetivos maiores da estratégia da empresa estão gerando os resultados desejados. Por sua vez, os vetores de desempenho refletem a singularidade da estratégia e fornecem informações para a empresa estabelecer previsões e identificar tendências.

A seguir detalham-se os demais indicadores: NATURAL STEP, Modelo Analítico de HOPKINS, o Projeto SIGMA, Norma AA 1000, OHSAS 18001, *Social Accountability* - SA 8000, NBR 16001, ISO 26000 e os indicadores ETHOS..

2.3.1 *The Natural Step* – TNS®

O Natural Step, lançado em 1989 por *Karl-Henrik Robèrto*, na Suécia, é um documento que traz quatro princípios de sustentabilidade desenvolvidos como condições sistêmicas – quadro 1 (Ethos, 2004).

O Natural *Step* é um guia com condições fundamentais para uma sociedade sustentável, construídas a partir de um consenso de cientistas, e com uma metodologia para o planejamento de negócios/tomada de decisões. É destinado a empresas, organizações e pessoas que desejam contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade (ATKWHH, 2008).

Princípio	Condição Sistêmica	objetivo
1	Os materiais extraídos devem ser controlados para que as concentrações de metais, minerais e fumaça de combustíveis fósseis não se acumulem, provocando danos à saúde e aos ecossistemas.	eliminar a contribuição para os aumentos sistemáticos de concentrações de substâncias na crosta terrestre.
2	Quando o homem produz substâncias químicas, remédios, plásticos, entre outros, precisa fazê-lo de uma maneira e em quantidades que não interfiram no ciclo natural de decomposição na natureza.	eliminar a contribuição para os aumentos sistemáticos nas concentrações de substâncias produzidas pela sociedade.
3	Não se deve plantar de maneira que o solo perca seus nutrientes ou espécies sejam extintas, assim como a construção de estradas e construções não deve interferir significativamente no meio-ambiente. É preciso preservar os recursos existentes.	eliminar a contribuição para a degradação física sistemática da natureza, o que fazemos com colheitas excessivas, descarte de materiais estranhos ao local e outras formas de modificação.
4	As pessoas são chamadas a melhorar as maneiras pelas quais se satisfazem e as empresas são convocadas a atender aos anseios dos clientes usando o mínimo possível de recursos.	contribuir para atender às necessidades humanas e, acima de todas as substituições e medidas tomadas para atingir os três primeiros objetivos, usar todos os recursos de maneira eficaz e razoável, com responsabilidade.

Quadro 1 – Princípios de Sustentabilidade Natural STEP

2.3.2 Modelo Analítico de HOPKINS

No modelo analítico de Hopkins (1997, p.581), os indicadores fazem aferição dos perfis de responsabilidade social nas corporações, são definidos conforme o quadro 1 e objetivam permitir a identificação e visualização das dimensões e relacionamentos de uma empresa socialmente responsável. Citado como modelo, tanto utiliza dados extraídos das Demonstrações Contábeis tradicionais e informações socioeconômicas e ambientais complementares a essas, como, as obtidas na Demonstração do Valor Adicionado e no Balanço Social.

Os indicadores de Hopkins estão subdivididos em três níveis, envolvendo análise quanto aos Princípios de Responsabilidade Social (I), Processos de Capacidade de Resposta Social (II) e Resultados/Ações de Responsabilidade Social (III).

Caracteriza-se a responsabilidade social e como as empresas definem os projetos sociais e o acompanhamento dos recursos aplicados na área social com a sua divulgação através do balanço social (BORCHARDT, 2002).

Nível I – Princípios de Responsabilidade Social		
Elemento	Indicador	
<input type="checkbox"/> Legitimidade	<input type="checkbox"/> Código de Ética	
<input type="checkbox"/> Responsabilidade Pública	<input type="checkbox"/> Litígios envolvendo violação das leis pela Empresa <input type="checkbox"/> Penalidades em consequência das atividades ilegais	<input type="checkbox"/> Contribuição para inovações <input type="checkbox"/> Criação de Empregos Diretos <input type="checkbox"/> Criação de Empregos Indiretos
<input type="checkbox"/> Arbítrio dos Executivos	<input type="checkbox"/> Código de Ética <input type="checkbox"/> Executivos condenados por atividades ilegais	
Nível II – Processos de Capacidade de Resposta Social		
Elemento	Indicador	
<input type="checkbox"/> Percepção do Ambiente	<input type="checkbox"/> Mecanismo para examinar questões sociais relevantes para a empresa	
<input type="checkbox"/> Stakeholders	<input type="checkbox"/> Corpo analítico para as questões sociais, como parte integral da elaboração de políticas	<input type="checkbox"/> Existência de Auditoria Social <input type="checkbox"/> Relatório de Prestação de Contas sobre Ética
<input type="checkbox"/> Administração de Questões	<input type="checkbox"/> Políticas com base nas análises de questões sociais	
Nível III – Resultados/Ações de Responsabilidade Social		
Elemento	Indicador	
<input type="checkbox"/> Efeito nos Stakeholders internos	<input type="checkbox"/> Proprietários/Acionistas <input type="checkbox"/> Lucratividade/valor <input type="checkbox"/> Irresponsabilidade administrativa ou atividades ilegais <input type="checkbox"/> Bem-estar da comunidade <input type="checkbox"/> Filantropia corporativa <input type="checkbox"/> Código de Ética <input type="checkbox"/> Executivos	<input type="checkbox"/> Código de Ética <input type="checkbox"/> Funcionários <input type="checkbox"/> Relações sindicato/empresa <input type="checkbox"/> Questões de Segurança <input type="checkbox"/> Pagamento, subsídios e benefícios <input type="checkbox"/> Demissões <input type="checkbox"/> Funcionários proprietários <input type="checkbox"/> Políticas para mulheres e minorias
<input type="checkbox"/> Efeito nos Stakeholders externos	<input type="checkbox"/> Clientes/Consumidores <input type="checkbox"/> Código de Ética <input type="checkbox"/> Recalls de produtos <input type="checkbox"/> Litígios <input type="checkbox"/> Controvérsia pública sobre produtos e serviços <input type="checkbox"/> Propaganda enganosa <input type="checkbox"/> Meio Ambiente <input type="checkbox"/> Poluição <input type="checkbox"/> Lixo tóxico <input type="checkbox"/> Reciclagem e uso de produtos reciclados <input type="checkbox"/> Uso de etiqueta ecológica nos produtos	<input type="checkbox"/> Comunidade <input type="checkbox"/> Doações corporativas para programas comunitários <input type="checkbox"/> Envolvimento direto em programas comunitários <input type="checkbox"/> Controvérsias ou litígios com a comunidade <input type="checkbox"/> Fornecedores <input type="checkbox"/> Código de Ética da Empresa <input type="checkbox"/> Código de Ética dos Fornecedores <input type="checkbox"/> Litígios/Penalidades <input type="checkbox"/> Controvérsias públicas
<input type="checkbox"/> Efeito Institucional Externo	<input type="checkbox"/> Organização como uma Instituição Social <input type="checkbox"/> Código de Ética <input type="checkbox"/> Litígios genéricos	<input type="checkbox"/> Processos por ações classistas <input type="checkbox"/> Melhorias nas políticas e na legislação em decorrência de pressões da Empresa.

Quadro 2 – Indicadores relacionados com Responsabilidade Social Empresarial segundo o modelo de Hopkins

Fonte: Hopkins (1997, p.581).

2.3.3 Projeto SIGMA - *Sustainability Integrated Guidelines for Management*

O Projeto Sigma traz um conjunto de princípios para as empresas que buscam a sustentabilidade. Lançado em 1999, ele é resultado de uma parceria entre *Forum for the Future*, *AccountAbility* e *British Standards Institution* (BSI). O documento foi amplamente revisado em 2003 e é composto de três partes: um guia de princípios, um conjunto de princípios de gerenciamento para implementar a sustentabilidade nas atividades principais da companhia e um guia de ferramentas. Integração é a palavra-chave no Projeto Sigma.

Segundo o Instituto ATKWHH (2008), as diretrizes do Projeto Sigma consistem em:

- I. **Princípios Gerais** – Ajudam organizações a compreender a sustentabilidade e suas contribuições para com ela. Fornecem um conjunto de referência para ajudá-las a desenvolver seus próprios princípios. Baseia-se em dois elementos centrais:
 - Gerenciamento holístico de cinco diferentes tipos de capitais (construído, financeiro, humano, social e natural) que refletem os impactos e a riqueza da organização como um todo.
 - Exercício das práticas responsáveis, transparência e atenção para com parceiros (*stakeholders*) e respeito a regras e normatizações relevantes.
- II. **Estrutura de Gerenciamento** – integra problemas de sustentabilidade em processos centrais e instâncias decisórias da empresa. É um ciclo de quatro fases flexíveis em sua implementação (divididas em subfases) – liderança e visão; planejamento; realização; e revisão, *feedback* e informação – que permitem que uma organização se desenvolva, planeje, realize, monitore e preste informações sobre sua estratégia de desenvolvimento sustentado e seu desempenho na área. A estrutura explica de forma clara e concisa as atividades necessárias e os resultados esperados, e lista outras ferramentas e recursos. Também ajuda organizações a crescer com base no que elas já possuem em operação.
- III. **Caixa de Ferramentas** – Aconselhamento e orientação sobre desafios gerenciais específicos. Fornece uma gama de ferramentas e guias práticos que as organizações podem usar como auxílio para melhorar seu

gerenciamento de problemas de sustentabilidade e seu desempenho geral. Exemplos: uma ferramenta baseada em um caso prático, uma ferramenta voltada para a avaliação de desempenho, um processo para engajamento de parceiros (*stakeholders*) e uma escala de pontuação em sustentabilidade. As ferramentas foram desenvolvidas especificamente para o Projeto SIGMA, e outras, como o *Global Reporting Initiative* (GRI) e a contabilidade ambiental, foram tiradas de fontes externas, por apresentarem a melhor abordagem atualmente disponível.

Ele reúne temas sociais, ambientais e econômicos, ao mesmo tempo em que incentiva as empresas a integrar essas áreas dentro da organização. O Sigma é a síntese de modelos e instrumentos no campo da responsabilidade social empresarial. O Sigma usado sozinho ou em conjunto com outras iniciativas, permite às organizações definirem seu próprio processo de acordo com suas necessidades (ETHOS, 2004).

2.3.4 AA 1000 - *Institute of Social and Ethical Accountability* - ISEA,

Lançada em 1999 no Reino Unido, a AA 1000 é uma norma que define as melhores práticas para prestação de contas para assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato social ético. Desenhada para auxiliar empresas, acionistas, auditores, consultores e organizações certificadoras, ela pode ser usada isoladamente ou em conjunto com outros padrões de prestação de contas, como a *Global Report Initiative* (GRI), e normas padrões como as *International Standard Organization* (ISO) e *Social Accountability* - SA 8000 (ETHOS, 2004).

A Norma AA 1000 apresenta os principais tópicos ligados à responsabilidade social, os pontos de divergência e de convergência com os demais padrões. A estrutura da AA 1000 contém processos e princípios para relatórios, prestação de contas e auditoria. Os processos da AA 1000 ocorrem em cinco fases: planejamento, contabilidade, auditoria e relatório, implementação e engajamento das partes interessadas.

A norma promove a certificação, porém não define padrões ou desempenho real, mas especifica o processo a ser seguido na construção do relatório de desempenho e não os níveis desejados. Assim, a norma não atesta comportamento ético e socialmente responsável para uma organização, mas garante que ela aja

conforme a sua missão e valores e cumpra as metas definidas a partir do diálogo com *stakeholders* (ATKW HH, 2008).

As contribuições da AA 1000 são os processos e definições que dão suporte à prática da responsabilidade social empresarial. Enfatiza-se a inovação na forma de adotar as regras, permitindo que cada empresa defina seu próprio caminho. Isso confere às companhias maior responsabilidade. Seguir esse padrão tem sido visto como uma garantia para os sócios e demais partes interessadas de que há consistência nas ações da empresa (ETHOS, 2004).

2.3.5 *Occupational Health and Safety Assessment Series* - OHSAS 18001

A *Occupational Health and Safety Assessment Series* - OHSAS 18001 entrou em vigor em 1999, após estudos de um grupo de organismos certificadores e de entidades de normalização da Irlanda, Austrália, África do Sul, Espanha e Malásia. A OHSAS 18001 é uma norma para Sistemas de Gestão da Segurança e da Saúde no Trabalho (SST). A certificação por essa norma garante o compromisso da empresa com a redução dos riscos ambientais e com a melhora contínua de seu desempenho em saúde ocupacional e segurança de seus colaboradores (ETHOS, 2004).

A criação dessa norma considerou as normas brasileiras já existentes e a BS8800, na Inglaterra. Toma por base que a companhia deve periodicamente analisar e avaliar seu sistema de gestão da SST e buscar melhoria contínua e implantar as ações necessárias.

Por isso, ela não estabelece requisitos absolutos para o desempenho da SST, mas exige que a empresa atenda integralmente à legislação e regulamentos aplicáveis e se comprometa com o aperfeiçoamento contínuo dos processos. Por não estabelecer padrões rígidos, duas organizações que desenvolvam atividades similares, mas que apresentem níveis diferentes de desempenho da SST possa, simultaneamente, atender aos requisitos da norma (ETHOS, 2004).

2.3.6 Social Accountability - SA 8000

As empresas adotam os sistemas integrados de gestão em busca da melhoria contínua, seja em qualidade, meio ambiente ou higiene, saúde e segurança no trabalho. A *Social Accountability* (SA8000) através dos protocolos da Organização Internacional do Trabalho - OIT - e de outros procedimentos é implementada para assuntos de responsabilidade social (FELIPE, 2001).

A norma SA 8000 é uma iniciativa coletiva que visa reunir códigos de conduta Mcintosh (2001). Lançada pelo *Council of Economic Priorities Accreditation Agency* (Órgão Credenciador do Conselho de Prioridades Econômicas) em outubro de 1997. Trata de questões como mão-de-obra infantil, segurança e saúde do trabalhador, liberdade de associação, discriminação, remuneração e horas extras (Quadro 3).

Requisitos SA 8000	Aspectos Chave
1. Trabalho Infantil	- A empresa não fará uso de mão-de-obra infantil e nem apoiará.
2. Trabalho Forçado	- A empresa não deverá fazer uso ou apoiar o trabalho forçado ou em cativeiro.
3. Saúde & Segurança	- A empresa deverá oferecer um ambiente de trabalho saudável e seguro e treinamento regulares sobre segurança.
4. Liberdade de Associação & Direito à Negociação Coletiva	- A empresa respeitará os sindicatos e o direito dos trabalhadores de negociar coletivamente.
5. Discriminação	- A empresa não deverá praticar ou apoiar a discriminação seja por crença religiosa, sexo ou raça
6. Práticas Disciplinares	- A empresa não deverá praticar ou apoiar o uso de punição corporal, coação física ou mental e ofensa verbal
7. Horário de Trabalho	- A empresa obedecerá às normas e legislação aplicáveis ao setor no que se refere a horário de trabalho
8. Remuneração	- Salários deverão atender ao estabelecido por lei e ser suficientes para suprir as "necessidades básicas" do empregado, com alguma renda a ser utilizada livremente.
9. Sistemas de Gestão	- Política quanto à responsabilidade social; Análise Crítica pela Alta Administração; Representantes da Empresa; Planejamento e Implementação; Controle de Fornecedores; Tratando das Preocupações e Tomando Ação Corretiva; Comunicação Externa; Acesso para Verificação; Registros

Quadro 3 – Requisitos x Aspectos Chave da Norma SA 8000

Fonte: *Social Accountability International* (2001)

Referências internacionais auditáveis baseadas: nas normas para Sistemas de Gestão da Qualidade (ISO 9000), de Gestão Ambiental (ISO 14000) e nos princípios das convenções internacionais de direitos humanos, com nove elementos que promovem os direitos humanos. A SA 8000 constitui um código de responsabilidade social perante terceiros que pode ser aplicado a todos os setores

comerciais para avaliar se as empresas ou organizações estão cumprindo as normas básicas de práticas de trabalho e direitos humanos (MCINTOSH, 2001).

2.3.7 Sistema de Gestão: Responsabilidade Social - NBR 16001

Ursini e Sekegushi (2005) comentam que após dois anos de preparação, em dezembro de 2004, foi publicada a norma ABNT NBR 16001 – Responsabilidade Social – Sistema de Gestão – Requisitos, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

A NBR 16001 estabelece requisitos mínimos relativos a um sistema da gestão da responsabilidade social. Permite à organização formular e implementar uma política com objetivos que levem em conta as exigências legais, seus compromissos éticos, sua preocupação com a promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável, além da transparência das suas atividades (ABNT, 2004).

Os requisitos da NBR 16001 são genéricos, para que possam ser aplicados a todas as organizações. Sua aplicação dependerá de fatores como a política de responsabilidade social da organização, a natureza de suas atividades, produtos e serviços; da sua localidade e das condições em que opera.

A NBR 16001 utiliza, como um dos seus fundamentos, as três dimensões da sustentabilidade – econômica, ambiental e social – conceitos descritos como sustentabilidade (ATKW HH, 2008). Está fundamentada na metodologia conhecida como *Plan-Do-Check-Act* (PDCA ou planejar- fazer-verificar-atuar).

Os objetivos e metas devem ser compatíveis com a política de responsabilidade social e devem contemplar (mas não se limitar a):

- a) boas práticas de governança;
- b) combate à pirataria, sonegação e corrupção;
- c) práticas leais de concorrência;
- d) direitos da criança e do adolescente, incluindo o combate ao trabalho infantil;
- e) direitos do trabalhador, incluindo o de livre associação, de negociação, a remuneração justa e benefícios básicos, bem como o combate ao trabalho forçado;
- f) promoção da diversidade e combate à discriminação (por exemplo: cultural, de gênero, de raça/etnia, idade, pessoa com deficiência);

- g) compromisso com o desenvolvimento profissional;
- h) promoção da saúde e segurança;
- i) promoção de padrões sustentáveis de desenvolvimento, produção, distribuição e consumo, contemplando fornecedores, prestadores de serviço, entre outros;
- j) proteção ao meio ambiente e aos direitos das gerações futuras; e
- k) ações sociais de interesse público.

Outras normas de especificações e diretrizes nacionais de responsabilidade social (RS) já existente, como a australiana, a austríaca, a francesa, a inglesa, a israelense e a mexicana – em forma de minuta ou em aplicação – serviram para que a norma brasileira pudesse ser elaborada com base em algumas referências internacionais.

2.3.8 *International Organisation for Standardization* - ISO 26000

O Conselho da *International Organisation for Standardization* (ISO – Organização Internacional de Normalização), após 2 anos de discussões, aprovou a elaboração da Norma Internacional de Responsabilidade Social – ISO 26000 -, norma exclusiva para dá diretrizes, ou seja, sem propósito de certificação. Isso ocorreu logo depois de sua Conferência Internacional, em Estocolmo - Suécia, em junho de 2004. O Grupo de Trabalho de Responsabilidade Social, responsável pela elaboração dessa norma, com prazo para ser concluída até 2008, é o primeiro da ISO a ser coordenado em conjunto por uma entidade normatizadora de um país industrializado – o *Swedish Standards Institute* (SIS – Instituto Sueco de Normalização) – e outra de um país “em desenvolvimento” = a brasileira ABNT.

Assim, desde 15 de setembro de 2004, Brasil e Suécia passaram a presidir e secretariar de maneira compartilhada, pelos próximos três anos, o Grupo de Trabalho sobre Responsabilidade Social da ISO. Inaugurou-se, com isso, o processo de elaboração da chamada “terceira geração de normas de sistemas de gestão”, após as séries da qualidade (ISO 9000) e do meio ambiente (ISO 14000).

Os Temas centrais abordados na futura ISO 26000 são governança organizacional, direitos humanos, práticas de trabalho, meio ambiente, questões

relativas ao consumidor, práticas leais de operação e desenvolvimento social (ATKW HH, 2008). Estes são detalhados como segue abaixo:

(a) GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL

- Comando
- Legitimidade
- Conduta Justa e Ética
- Responsabilidade
- Transparência
- Desempenho

(b) DIREITOS HUMANOS

- Direitos civis e políticos
- Grupos vulneráveis
- Direitos econômicos, sociais e culturais
- Direitos fundamentais do trabalho

(c) PRÁTICAS DE TRABALHO

- Emprego
- Direitos no trabalho
- Proteção Social
- Diálogo Social
- Saúde e Segurança

(d) MEIO AMBIENTE

- Uso sustentável da terra
- Uso sustentável de recursos
- Conservação e restauração de ecossistemas e natureza
- Prevenção da poluição
- Mudanças climáticas
- Energia
- Água
-

(e) QUESTÕES RELATIVAS AO CONSUMIDOR

- Informações adequadas e verdadeiras
- Produtos seguros e confiáveis
- Mecanismos para recall
- Serviço e suporte pós-fornecimento
- Resolução de disputas
- Práticas justas de propaganda e marketing
- Produtos ambientalmente e socialmente benéficos
- Segurança da informação e privacidade

(f) PRÁTICAS LEAIS DE OPERAÇÃO

- Práticas justas de fornecimento e pós-fornecimento
- Práticas éticas e transparentes
- Combate à corrupção
- Promoção dos stakeholders

Desfavorecidos

- Promoção de concorrência justa
- Respeito pelos direitos de propriedade

(g) DESENVOLVIMENTO SOCIAL

- Envolvimento comunitário
- Contribuição para o desenvolvimento social
- Contribuição para desenvolvimento econômico

2.3.9 Indicadores ETHOS

O “Instituto Ethos de Responsabilidade Social” criado por Oded Grajew, é uma Organização não Governamental (ONG). Fundada em 1998 tem como associados centenas de empresas em operação no Brasil, de diferentes portes e setores de atividade. A entidade tem como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais próspera e justa” (ETHOS, 2004).

O Instituto dissemina a prática da responsabilidade social por intermédio de atividades de intercâmbio de experiências, publicações, programas e eventos voltados para seus associados e para a comunidade de negócios em geral.

A Ethos é parceira de outras entidades internacionais, entre as quais o *Prince of Wales Business Leadership Forum*, do Reino Unido, e o *Business for Social Responsibility*, organização empresarial sediada nos Estados Unidos que conduz projetos e programas em nível global, buscando incentivar empresas a alcançarem sucesso em seus negócios implementando práticas que respeitem pessoas, comunidades e o meio ambiente (INSTITUTO ETHOS, 2004).

Os indicadores do Instituto Ethos foram criados como uma ferramenta de aprendizado e avaliação da gestão da empresa no que se refere à incorporação de práticas de RSE, responsabilidade social empresarial ao planejamento de estratégias e ao melhoramento do desempenho geral da empresa (ETHOS, 2004).

Vem desenvolvendo indicadores específicos, que abrangem dilemas e peculiaridades de cada setor empresarial. Esses são complementares aos Indicadores Ethos gerais e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e desafios típicos de seu setor de atuação. Os setores já contemplados com indicadores próprios são: o de distribuição de energia elétrica (1999); o de panificação e o de restaurantes e bares (2002); o financeiro, o de mineração e o de papel e celulose (2003); o de transporte de passageiros terrestres, o de petróleo e gás e o da construção civil (2005) (ETHOS, 2007),

Os Indicadores ETHOS setoriais de Responsabilidade Social Empresarial: foco em Construtoras tem como objetivo, fornecer às empresas a possibilidade de um diagnóstico preciso e aprofundado (Quadro 3 e versão completa no Anexo A).

1 Valores, Transparência e Governança.	
	1.1 Compromissos éticos.
	1.2 Diálogo com as partes interessadas.
	1.3 Relações com a concorrência.
2 Público Interno	
	2.1 Relações com sindicatos
	2.2 Gestão participativa
	2.3 Valorização da diversidade
	2.4 Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho
	2.5 Comportamento frente a demissões
3 Meio Ambiente	
	3.1 Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental
	3.2 Educação e conscientização ambiental
	3.3 Gerenciamento do impacto ambiental
	3.4 Minimização de entradas e saídas de materiais
	3.5 Desenvolvimento sustentável no setor de Construção Civil
	3.6 Utilização da madeira
4 Fornecedores	
	4.1 Critérios de seleção e avaliação de fornecedores
	4.2 Relações com trabalhadores terceirizados
5 Consumidores e Clientes	
	5.1 Política de comunicação social
	5.2 Sobre promoções de vendas de imóveis nas ruas
	5.3 Excelência do atendimento
	5.4 Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços
6 Comunidade	
	6.1 Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno
7 Governo e Sociedade	
	7.1 Práticas anticorrupção e propina
	7.2 Liderança e influência social
	7.3 Participação em projetos sociais governamentais

**Quadro 4 - Indicadores Ethos setoriais de Responsabilidade Social Empresarial:
Construção Civil - foco em Construtoras.**

Fonte: Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial (2004)

A busca por novos indicadores que possam ajudar empresas, governos e pessoas a enxergar o mundo de maneira mais precisa é necessária para que se avalie concretamente a utilidade social das atividades. Só assim se pode construir uma base para decisões políticas e criação de estratégias empresariais condizentes com o estado atual do mundo, de escassez e “in” sustentabilidade (ATKWHH, 2008).

2.4 GESTÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

As mudanças econômicas e o surgimento de tantos indicadores obrigaram as organizações a buscar novos padrões e filosofias de gestão, para fazer frente a estes desafios de competitividade organizacional associados à Responsabilidade Social, juntamente com o desafio proposto pelo desenvolvimento social sustentável (PONTES, 2003).

Destaque que a mídia escrita e falada passou a chamar o cliente como o "rei" ou mesmo a "razão de ser" da empresa, sabe-se que muitos consumidores tem sido alvos de práticas antiéticas que violam direitos básicos do consumidor prescritos na lei (GAIOTO, 2001).

É patente a centralidade das organizações produtivas na vida social e individual modernas. Seu alcance e influência situam-se para além das questões técnicas ou sistêmicas da economia tradicional. Entender e orientar-se a partir desta influência passa a ser uma questão ética, pois está em jogo, mais que a realização empresarial, a realização do Bem e da Justiça dos Homens. Julga-se como importante ajudar a estabelecer um vínculo possível e legítimo entre as atividades das organizações produtivas e as pessoas que as desenvolvem. A conseqüente expansão do compromisso ético e da responsabilidade social se deve ao momento histórico-cultural de hegemonia institucional da organização produtiva (SANTOS, 2003).

Gomes (2004) afirma que as atividades socialmente responsáveis desenvolvidas pelas empresas, de transformação do meio social, de melhoria das condições de vida das populações menos favorecidas, de patrocínio de eventos culturais ou de preservação ambiental, não devem ter somente a preocupação com a melhoria de sua imagem perante consumidores em potencial, mas, que possa traduzir-se em um aumento de lucro.

A pretensão não é defender a reversão da lógica capitalista. Mas, alertar para a necessidade de que ações socialmente responsáveis tenham, pelo menos em parte, objetivos eticamente aceitáveis, e, principalmente, métodos moralmente justificáveis. Por exemplo, o lançamento de um projeto de assistência a populações carentes, antes de interessar-se, tão somente, com os efeitos benéficos que o *marketing* social proporcionar-lhe-á, deve a entidade certificar-se, que o projeto efetivamente proporcionará uma melhora efetiva, real e duradoura, nas condições de

vida das pessoas beneficiadas. Denominando esse efeito de eficácia social do projeto (GOMES, 2004).

Os estudos no jornal de negócios éticos ou da revisão do negócio e da sociedade agora começam geralmente da premissa que a análise das responsabilidades - gerenciais ou corporativas ou ambas - é a maneira certa de fazer os negócios éticos. É discutida a possibilidade de conduzir um negócio mais responsável; de qualquer modo não houve ainda um aprofundamento para fazer o negócio responsável ser suficiente. (GOWRI, 2004).

A responsabilidade social e o marketing social não são um fenômeno mercadológico contemporâneo, tampouco um instrumento de finalidade exclusiva de melhoria contábil. As ações sociais são tidas como uma obrigação moral de quem detém parte da riqueza. A melhoria na projeção da empresa e seu reconhecimento como entidade socialmente atuante traduz-se num maior faturamento, é desejada por todos. (GOMES, 2004).

O desafio maior é a mudança social, tanto para os indivíduos e às instituições educacionais. Fato que requer a instrução tecnológica, para ser uma área útil e autêntica da aprendizagem, sendo capaz de reexaminar seu racional a fim de formular respostas aos contextos em mudança para melhorar a qualidade da aprendizagem para estudantes. Pavlova (2005) sugere a participação dos estudantes em debates democráticos nos esboços futuros do desenvolvimento tecnológico, de modo a:

- estimular e desenvolver sua sensibilidade social e ecológica;
- evitar soluções exclusivamente ao padrão de critérios da eficiência e de lucratividade do negócio;
- distinguir necessidades reais dos desejos;
- discutir o papel de objetos projetados na vida da sociedade contemporânea;
- por ênfase sobre à exceção dos aspectos estéticos da vida que podem fornecer o significado existencial dos povos;
- desafiar a maneira que os povos são manipulados através de avisos e cultivos de seus desejos;
- desenvolver uma atitude ativa/criativa em direção aos problemas (não reativa);

- ensinar estudantes para formular problemas (não somente sendo envolvido em resolver problema);
- desafiar com projetos orientado ao consumidor;
- ter o projeto como uma fonte da inspiração, não como uma fonte de utilidade econômica e torna-lo socialmente responsável.

O conceito de responsabilidade social aplicado a empresa é ambíguo. De George (1999) *apud* Fisher (2004) identificou quatro formas de utilização do termo. Primeiro, quando uma empresa é definida como sendo socialmente responsável significa simplesmente que satisfaz suas obrigações legais. Segundo, a organização além de cumprir as obrigações legais também cumpre as sociais. Destaca-se o nível de comprometimento que as organizações demonstram de fato, e deste modo, estes usos são descritivos. Além disso, é usado para definir as obrigações em si – tanto aquelas impostas pela sociedade, ou aquelas assumidas pelo uma empresa em particular (quer sim quer não estas refletem os interesses da sociedade). Estes são os terceiro e quarto usos identificados pelo autor. Desde que as obrigações sociais sejam cumpridas (de acordo com a sociedade ou da empresa em particular) isso indica o uso normativo da utilização do termo (FISHER, 2004).

Cramer *et al.* (2004) caracteriza como “bagunçado” a tentativa de descomplicar o processo de esclarecimento com relação à introdução da RSC dentro do contexto organizacional, baseados em entrevistas com agentes de modificações que foram solicitados a avaliar o processo de implementação nos últimos 4 a 5 anos. Descreve o processo de esclarecimento da RSC com tentativa e erro através de uma ação dominada pelo “jogar” e não pelo “jogo”. Onde pessoas adquirem conhecimento através de ações. A noção de ação em si é tridimensional, referente a uma dinâmica e assim mudando a combinação do uso da linguagem, pensamento e atividade física. É dentro deste processo contínuo de ação que as pessoas gradualmente criam um significado enquanto desenvolvem um contexto adequado. Na construção deste processo, os agentes de mudança desempenham (nem sempre dominante) papel. Ele ou ela podem ser considerados como definidor de programas, criador de linguagens e um moderador. Ações iniciadas pelos agentes somente produzem impactos na medida em que conduzem a um processo de entendimento do esclarecimento primeiramente em nível individual. É através da construção de capacidades e competências no nível individual que a organização

como um todo adquire conhecimento das implicações do significado da RSC local (coletivamente).

Prevendo o futuro da RSC, ela apresenta um desafio e uma oportunidade para as companhias que procuram manter a prosperidade em um ambiente de negócio cada vez mais complexo preocupante com o risco e rico na oportunidade. Percebe-se o progresso impressionante da RSC em relativamente poucos anos, contudo incerto sobre seu futuro. É hora de questionar: como os vastos recursos e as diversas engenhosidades das corporações podem ser aproveitadas para construir, a longo prazo, a máxima riqueza para todos os *stakeholders*? (WHITE, 2005).

Salienta-se que as integrações de sistemas de gestão com a qualidade podem ser tratadas, desde que o conceito da “qualidade” seja ampliado. Em outras palavras, a qualidade engloba outros aspectos associados não só à produção e ao produto, mas à própria empresa enquanto negócio e agente econômico e social.

2.5 A INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO CIVIL - ICC

A grande variedade dos produtos da Indústria da Construção, a forma de organização prevalecente no setor e as especificidades do seu processo produtivo (que supõe a ocorrência de uma série de atividades diferenciadas e complexas para a produção de um único produto) tornam bastante difícil uma definição para o setor (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1984 *apud* YAMAUCHI, 2003).

O SENAI (1995) divide a indústria da construção civil, de acordo com a classificação, em três subsetores: edificações, construção pesada e montagem industrial.

O perfil da indústria construtora e sua inter-relação com as demais atividades econômicas demonstram claramente a importância singular do Macro Setor da Construção para a recuperação e expansão econômica duradoura (IPEA, 2005).

EDIFICAÇÕES	Atividades principais: construção de edifícios residenciais, comerciais, de serviços e institucionais; edificações modulares horizontais; edificações industriais; as empresas podem exercer trabalhos complementares e auxiliares à edificação.
	Especialização interna: a especialização dentro desse subsetor parece seguir mais uma orientação segundo o porte da obra do que, propriamente o tipo ou finalidade do produto. As grandes empresas têm condições de executar qualquer tipo de obra, orientando-se por uma estratégia de mercado. As pequenas dedicam-se normalmente, às edificações de pequeno porte.
	Formas de contrato de comercialização: as empresas do subsetor de edificações apresentam diferenciadas formas de contrato - obras por administração, empreitada, subempreitada para tarefas específicas - dependendo do porte da obra, tipo de cliente ou mesmo do porte da empresa. Dado as características do seu produto é bastante comum a construção por iniciativa própria para venda posterior a terceiros.
CONSTRUÇÃO PESADA	Atividades principais: construção de infra-estrutura viária, urbana e industrial (terraplanagens, drenagens, pavimentação e obras ligadas à construção de rodovias, infra-estrutura ferroviária, aeroportos, vias urbanas), construção de obras estruturais e de arte (pontes, elevados, contenção de encostas, túneis, etc.), obras de saneamento (redes de água e esgoto), de barragens hidrelétricas e obras de tecnologia especial (usinas atômicas, fundações especiais, a perfuração de poços de petróleo, etc.).
	Especialização interna: a especialização dentro desse subsetor parece não seguir critério definido. Poder-se-ia dizer que as grandes empresas podem atuar em qualquer tipo de atividade; apenas as obras de maior complexidade tecnológica estão reservadas a um tipo especial de empresa.
	Formas de contrato de comercialização: esse subsetor apresenta como forma dominante de contratos a empreitada e a subempreitada para tarefas específicas ou partes da obra. Não se observa, evidentemente (pelas características básicas do produto e da demanda), a construção por iniciativa própria para posterior comercialização.
MONTAGEM INDUSTRIAL	Atividades principais: montagem de estruturas para instalação de indústrias, pela montagem de sistemas de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica, de sistemas de telecomunicações, pela montagem de sistemas de exploração de recursos naturais.
	Especialização interna: a especialização ou a segmentação interna neste subsetor parece ainda não seguir uma tendência muito definida. Como no caso anterior, as maiores empresas estão aptas a realizar qualquer tipo de atividade. As empresas de menor porte dedicam-se a obras de menor complexidade tecnológica.
	Formas de contrato de comercialização: esse subsetor apresenta como forma usual de contratação a empreitada e a subempreitada para partes da obra ou tarefas. A exemplo da construção pesada, as empresas deste subsetor não atuam na forma de iniciativa própria para venda a terceiros.

Quadro 5 - Características Gerais da Indústria da Construção - Subsetores.

FONTE: FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO (1984. *apud* YAMAUCHI, 2003)

Jones *et al*, (2006), do Departamento Britânico da Indústria e Comércio,, identifica como indústria da construção civil as seguintes atividades: construção da habitação social; privado habitação privada; infra-estrutura; outras públicas não-residenciais; industrial privada e comercial privada e faz a distinção entre o "novo trabalho" e de "reparação e manutenção".

2.5.1 Características do Setor de Edificações

O setor edificações é responsável pela construção de edifícios e utiliza mão-de-obra especializada em determinada fase do processo edificativo. A construção pesada trabalha basicamente com infra-estrutura viária, urbana e industrial, barragens e usinas. Montagem Industrial lida com a instalação de indústrias, sistemas de telecomunicações, geração, transmissão e distribuição de energia elétrica e exploração de recursos naturais (SENAI, 1995).

Barros Neto (1999) afirma que as empresas de construção também têm dificuldade em estabelecer e explicitar a sua estratégia competitiva e os seus objetivos estratégicos em cada um dos segmentos de atuação. Essas se caracterizam pela concentração das decisões operacionais e estratégicas na figura do executivo-chefe, apresentam uma visão imediatista, na qual o curto prazo é valorizado em detrimento ao longo prazo, e como consequência, os gerentes em geral, não conseguem pensar em um horizonte de tempo muito amplo.

Outra característica da construção civil é que estas trabalham com sistemas de produção orientados ao empreendimento, em que o produto é único em termos de projeto e condições locais, e esses empreendimentos estão inseridos em um ambiente dinâmico com muitas variáveis externas, difíceis de serem analisadas (BARROS NETO, 1999).

Costa (2003) observa as características do setor da construção com mercado fragmentado, baixas barreiras de entrada e saída. Destaca as empresas que compõe o setor apresentam concentração do controle nos proprietários, alta informalidade e alta flexibilidade. No tocante ao produto esse é sob encomenda, uso de tecnologia artesanal e mão-de-obra com baixa qualificação, que devem ser consideradas na análise de processos de formulação e formação das estratégias nas empresas de construção civil.

Através destas características é possível avaliar melhor os efeitos dos multiplicadores setoriais da indústria de construção sobre o processo produtivo, sua enorme capacidade de realização de investimentos, o seu potencial de criação de empregos (diretos e indiretos), além de seus efeitos benéficos sobre a balança comercial e sobre o nível de inflação.

IPEA (Instituto Pesquisa Econômica Aplicada), IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e FGV (Fundação Getúlio Vargas)-Consult (2005) destacam que a força de impulsão dessa indústria no Brasil é demonstrada pelos seguintes dados:

- entre 1991-2004 a construção civil cresceu a uma taxa média de 0,9% ao ano;
- em 2003, o setor ocupou diretamente 3.771.400 trabalhadores em todo o país (5,6% da População Ocupada Total);
- em 2004, a produtividade do setor (valor adicionado / pessoal ocupado) foi de R\$ 28.266, contra R\$ 22.418 da economia brasileira;
- o PIB – Produto Interno Bruto do setor em 2005 foi de R\$ 126,2 bilhões (Calculado de acordo com a participação percentual no VAB (Valor Adicionado a Preços Básicos) total do país, divulgada pelo IBGE);
- em 2005 o setor cresceu 1,3% e participou com 7,3% do PIB – Produto Interno Bruto nacional;
- cerca de 63% do valor adicionado pela construção civil na economia está no setor informal, que paga carga tributária de 15,6%;
- o segmento formal contribui com 37% do VAB do setor, mas paga carga tributária de 45,69%;
- a construção civil como um todo, paga 26,64% do seu VAB em tributos;
- existem 118.993 empresas de Construção Civil no país, responsáveis pela ocupação formal de 1.462.589 trabalhadores;
- quase 94% são micro e pequenas empresas, que empregam até 29 trabalhadores;
- cerca de 73% destas empresas estão nos segmentos de edificações e obras de engenharia civil;
- a informalidade da mão-de-obra na construção é da ordem de 61%;
- a informalidade na atividade empresarial é de 63%;
- as transações formais do setor são equivalentes a R\$ 37,141 bilhões (2,5% do VAB brasileiro).

Em especial, destaca-se a potência do setor da construção na geração de empregos na economia: para cada 100 postos de trabalho gerados diretamente no setor, outros 62 são criados indiretamente na economia. Estima-se que para cada R\$ 1,0 bilhão a mais na demanda final da construção, sejam gerados 177 mil novos postos de trabalho na economia, sendo 34 mil diretos e 143 mil indiretos (CBIC, 1998).

Barros Neto (1999) acrescenta uma análise baseada nos estudos de Porter (1991) destacando cinco características importantes apresentadas pelo subsetor edificações da indústria da construção:

- a. as barreiras de entrada são pouco significativas, pois apresenta baixos investimentos em equipamentos e para instalação da empresa, além do uso de tecnologia basicamente artesanal;
- b. ausência de economia de escala ou curva de experiências, uma vez que muitas empresas trabalham com um pequeno número de obras, que são tratadas isoladamente, dificultando a redução de custos através da economia de escala;
- c. ausência de vantagem de tamanho em transações com compradores ou fornecedores, devido ao poder de barganha que boa parte dos fornecedores exerce sobre a maioria das empresas construtoras;
- d. necessidade variada de mercado, pois a construção civil trabalha com produtos duráveis e caros e, em geral, o cliente exige que o produto seja de boa qualidade e diferenciado de outros empreendimentos já lançados;
- e. altas flutuações nas vendas em virtude da estreita dependência do setor em relação ao nível de crescimento econômico, que acabam não estimulando as empresas a investirem em tecnologias que proporcionam aumento do volume de obras, as quais poderiam gerar aumento da fatia de mercado e redução de custos.

E aproximadamente 93 por cento das 170000 empresas de construção britânicas são pequenas empresas e registram menos de 14 trabalhadores (DEPARTAMENTO BRITÂNICO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO, 2005, *apud* JONES *et al*, 2006).

Com o passar dos anos, devido à competitividade mercadológica, o cenário mundial se modificou. As empresas necessitavam definir os critérios competitivos e adotavam modelos gerenciais que as mantivessem no mercado (BARROS NETO; FORMOSO; FENSTERSEIFER, 2002).

A afirmação de Andresen *et al.* (2000, *apud* Nascimento; Laurindo; Santos, 2003; Nascimento; Santos, 2001), que a indústria da construção civil – ICC – tem investido pouco em tecnologia da informação em relação a outros setores da indústria. Atraso decorrente principalmente do conservadorismo e da lentidão em que ocorrem as mudanças na construção civil.

Esta diferença afirmada por Andersen, entre a ICC e os outros setores da indústria está diminuindo ou deixando de ser a realidade do setor.

A ICC tem sido forçada a inovar devido à globalização e à grande competitividade. O estudo da evolução dos modelos de gestão traz a nova realidade do setor em Tecnologia da Informação. E as ações sociais que estão sendo praticadas por algumas empresas do setor demonstram que a ICC pode, ainda, estar atrasada em relação a outros setores da indústria, mas está buscando diminuir esta diferença.

2.5.2 Evolutivo de modelos de gestão na Indústria da Construção Civil

As vantagens comparativas de uma empresa, setor ou país, não se resumem mais à disponibilidade de fatores físicos, tais como: o capital, a mão-de-obra ou matéria-prima. Mais do que isso, a competição está sendo escrita nos diferentes detalhes que compõem e/ou são acrescentados aos modos de combinar estes fatores, isto é, à própria tecnologia. E na medida em que “se usa” uma tecnologia, ela enfrenta problemas e, por isso, deve ser alterada. Se uma tecnologia “se altera” é porque existe um processo de evolução. Pois este processo, tal qual o processo produtivo, vai além de uma estratégia e deve ser gerenciado. A gestão da modificação da tecnologia é o que se chama gestão da inovação tecnológica (ZAVISLAK, 1996).

Em resposta às necessidades de evolução e mudança gerencial, o setor da Construção Civil tem procurado desenvolver sistemas e modelos de gestão, que contribuam para o melhoramento do desempenho do processo de construção e de seu produto final (FORMOSO *et al.* 1993; SOARES, CHINELLI, 1998; *apud* OLIVEIRA, 1999).

Estas mudanças são responsáveis, também, pela introdução de novos conceitos de gestão nas organizações, tais como flexibilidade com eficiência, sistemas produtivos, redução de estoques, foco nos requisitos do cliente e relações colaborativas entre organizações, os quais foram observados, inicialmente, em empresas automobilísticas japonesas na década de 1950 (SHINGO, 1996 *apud* COSTA, 2003).

A partir de 1980, surgiram várias filosofias gerenciais, tais como *Just-In-Time (JIT)*, Gestão da Qualidade Total (TQM), Reengenharia, Competição Baseada no Tempo, *World Class Manufacturing (WCM)*, Produção Enxuta e Engenharia Concorrente. Essas filosofias foram disseminadas tanto para o setor automobilístico, quanto para outros setores industriais, e começaram a ser adaptadas para a construção civil na década de 90 (KOSKELA, 1992 *apud* COSTA, 2003).

Os Sistemas de Gestão de Qualidade, grandes modificadores do processo de gestão corporativa com seu *Total Quality Management (TQM)* destacam-se como uma das mais influentes inovações dos modelos de gestão empresarial, promovendo uma interação entre os fatores contextuais, estruturais e organizacionais. Implícito no conceito de qualidade estava uma preocupação antiga do homem que era a normatização de processos. Existem relatos vinculados às atividades dos antigos egípcios que sistematizavam e documentavam as tarefas (AMBROCEWICZ, 2003).

O enfoque da gestão da qualidade na ICC evoluiu de uma visão corretiva, baseada na inspeção, para visões mais modernas, baseadas em medidas preventivas e um enfoque sistêmico, levando em conta todas as etapas do processo (PICCHI; AGOPYAN, 1993).

Ambrocewicz (2003) afirma que os sistemas de normas usados para a qualidade surgiram para padronizar os métodos de gestão, produção e aferição. Entre as mais difundidas estão às normas ISO, que foram criadas em 1987. Cerca de 634.000 empresas em 152 países com as normas de qualidade implantadas no ano de 2005 (ISO, 2006).

Com o advento das normas de qualidade, as empresas de construção de edifícios, no Brasil, demonstraram interesse pelo assunto e aquelas que foram pró-ativas ganharam importantes vantagens competitivas (PICCHI; AGOPYAN, 1993; REIS; MELHADO, 1998). Pesquisa realizada por Reis, Melhado (1998) estabeleceu alguns dos motivos que impulsionaram as empresas do setor da construção a implantarem Sistemas de Gestão de Qualidade (Figura 1).

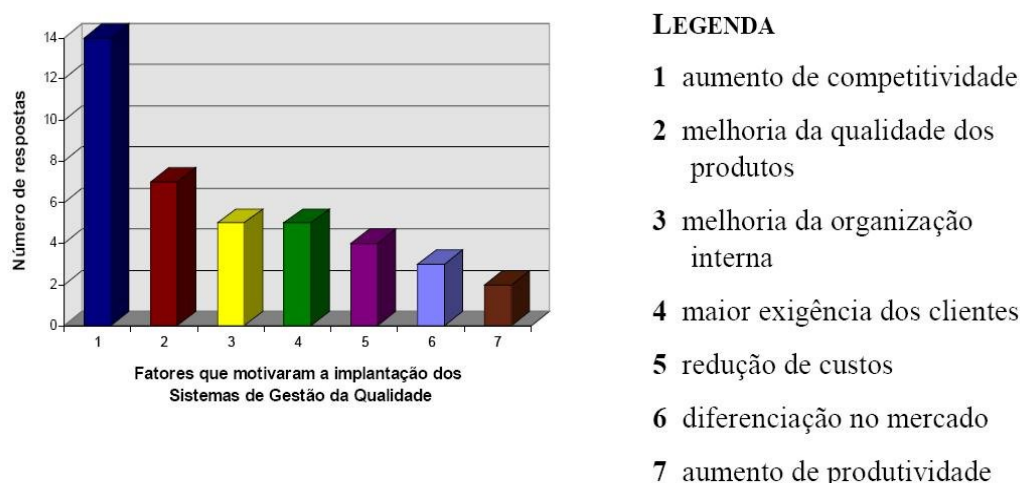


Figura 1 - Fatores para implantação de Sistemas de Gestão de Qualidade.

Fonte: REIS; MELHADO (1998).

Na década de 90, atrelada aos Sistemas de Gestão de Qualidade surge o Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade na Habitação (PBQP-h) que impôs um modelo gerencial voltado para a organização dos canteiros de obra. Exigia ainda a melhoria nos projetos de canteiro, a qualidade dos produtos e processos das empresas, de modo a reduzir desperdícios e melhorar o relacionamento entre construtoras e os demais agentes participantes da produção (PICCHI; AGOPYAN, 1993; REIS; MELHADO, 1998).

Destaca-se que a gerencia de projeto da produção do empreendimento deveria ofertar condições de segurança, saúde, motivação aos trabalhadores e execução racionalizada dos serviços (SAURIN, 1997; FERREIRA, 1998 *apud* SERRA; PALIARI, 2001; OLIVEIRA, 2001).

No Brasil, é crescente a valorização dos sistemas de medição de desempenho em empresas de construção. As empresas investem em programas

formais de melhoria de desempenho e certificação de seus sistemas da qualidade baseado nas exigências da série NBR ISO 9000 ou através de programas setoriais da qualidade como o Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Habitat – PBQP - h (COSTA, 2003).

O Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-h) é um instrumento do Governo Federal para cumprimento dos compromissos firmados pelo Brasil quando da assinatura da Carta de Istambul (Conferência do Habitat II/1996) e se propõe a organizar o setor da construção civil em torno de duas questões principais: a melhoria da qualidade do habitat e a modernização produtiva. E tem por princípio a adesão voluntária às ações do programa, tais como: a qualificação de construtoras e de projetistas, melhoria da qualidade de materiais, formação e requalificação de mão de obra, normalização técnica, capacitação de laboratórios, aprovação técnica de tecnologias inovadoras, e comunicação e troca de informações (BRASIL, 2008).

Navarro (2006) diz que o PBQP-h é, em pesquisa de 2005, o programa de qualificação com maior abrangência nacional. Aproximadamente 3000 empresas construtoras estão em processo de qualificação, sendo que 1500 já foram auditadas e mais de 1300 tem atestado de qualificação. Um dos projetos do PBQP-h é o Sistema de Qualificação de Empresas de Serviços e Obras (SIQ – Construtoras), que tem seus requisitos fortemente baseados na Norma ISO 9001, destacando à obtenção de resultados de desempenho e eficácia do processo, sendo necessária a medição de processos e produtos (ABNT, 2000).

A experiência de outros setores industriais trouxe garantias que seriam proveitosas, também na Indústria da Construção Civil, a aplicação das práticas gerenciais voltadas para qualidade intrínseca no produto e nos processos. Técnicas, tais como entrega *Just-in-time* (JIT), - definido por Ferro, *apud* Silva, Cardoso, (2000) como "um sistema sincronizado de produção em fluxo sem estoques", que melhorassem a logística na construção de edifícios dariam maior eficácia ao setor. Com redução significativa nos custos com estoques e, conseqüentemente, nos custos logísticos totais. Pesquisas se iniciaram nesta área com o objetivo de identificar visões, métodos, ferramentas e propor diretrizes para a gestão da logística no processo de produção. A meta era racionalizar, e, por conseguinte, aumentar a capacidade competitiva nas empresas construtoras (SILVA; CARDOSO, 2000).

Na década de 90, surgiu ainda a idéia da produção enxuta (*lean production*), considerada uma nova filosofia da produção, que visava a melhoria da produtividade e a redução de custos através da diminuição de perdas em todo sistema produtivo – materiais, mão-de-obra, capital e equipamentos (OLIVEIRA, 2001).

Koskela (1992 *apud* Oliveira, 2001) a descrevia como um modelo de conversão, o qual os insumos (input) são transformados em um produto (output) através de processos e o valor do produto de um processo estava diretamente associado ao valor de seus insumos e ao custo total que pode ser minimizado através da diminuição dos custos de cada sub-processo que o compõe. O grande diferencial da nova filosofia da produção é que ela entende o sistema como um conjunto de atividades interligadas e interdependentes de conversão e de fluxo, onde há uma preocupação que vai além da análise de um processo produtivo estanque e isolado do todo (OLIVEIRA, 2001).

Com o amadurecimento e implantação dos conceitos da produção enxuta pela indústria em geral, se desperta o interesse dos gerentes da construção civil. A aplicação desta filosofia no setor construtivo teve que ser adequada as suas particularidades. A construção civil caracterizada por altos indicadores de desperdício, produtos com baixa qualidade, grande ocorrência de patologias construtivas, processos ineficientes e ineficazes, mostra-se como um campo promissor aos resultados que podem ser obtidos através da aplicação dos conceitos da construção enxuta (OLIVEIRA, 2001).

A partir desta mesma década, houve uma contribuição tecnológica no processo de gestão de projeto de construção com a automatização de tarefas específicas com a inserção do computador. No começo essas ferramentas eram genéricas como planilhas eletrônicas, sistemas de banco de dados e editores de texto. Posteriormente foram utilizadas ferramentas especializadas para ajudar no desenvolvimento de desenhos, na elaboração de orçamentos e no gerenciamento de projetos (NASCIMENTO, SANTOS, 2001).

A maioria dos processos de gestão das empresas apóia-se em sistemas de informação, baseados na tecnologia da informação. Nos sistemas informatizados dar-se ênfase aos integrados de gestão, denominados *Enterprise Resource Planning* (ERP), que centralizam em uma única base de dados todos os processos da empresa. Existem ainda os sistemas baseados na Internet que geram mobilidade e flexibilidade aos procedimentos de gerência.

E é no final da década de 90 que se consolida o uso de equipamentos computacionais nas empresas e nos canteiros de obras (SERRA, PALIARI, 2001; NASCIMENTO, LAURINDO, SANTOS, 2003).

As evoluções em gestão ocorridas na produção andaram sempre juntas com as evoluções no processo de gerência de projeto. A tecnologia da informação (TI) compreende eletrônica, automação, computação (hardware e software) e telecomunicações (NASCIMENTO, LAURINDO, SANTOS, 2003).

As contribuições da TI no processo de projeto da construção civil permitiram que vários sistemas começassem a se integrar. Os departamentos ficaram comunicáveis através de redes de computadores e sistemas cliente/servidor. Neste estágio os vários intervenientes do processo de projeto podiam trocar mais facilmente seus dados. As empresas implantaram projetos de reengenharia onde ao invés de apenas informatizar os processos, elas abandonavam a forma como vinham operando e se recriavam completamente a fim de melhorar o processo utilizando a TI de forma eficaz (NASCIMENTO, SANTOS, 2001).

O aumento da competitividade no setor de construção civil está intimamente ligado à melhoria da qualidade dos sistemas de gestão dos seus diversos agentes (incorporadores, projetistas, construtores, fornecedores de material e equipamentos, entre outros) (OLIVEIRA, MELHADO, 2005).

Devido ao crescimento da competição e mudanças nas estratégias competitivas, algumas empresas começaram a desviar o foco em termos de competição de custos para a necessidade de estabelecer estratégias competitivas para diferenciação, flexibilidade e inovação (COSTA, 2003). Estas mudanças tiveram reflexos nos sistemas de indicadores de desempenho, pois tais empresas começaram a sentir a necessidade de introduzir medidas quantitativas e qualitativas que pudessem avaliar os seus desempenhos relativos a essas novas dimensões competitivas (NEELY, 1999 *apud* COSTA, 2003).

2.5.3 Ações Sociais na Indústria da Construção Civil

Os exemplos de ações sociais para a virtude corporativa, isto é, essas empresas podem fazer bem fazendo o bem, fundamenta muito no entusiasmo da corporação pela responsabilidade social. E sugere que os gerentes não necessitem

fazer escambos entre as decisões que beneficiam a sociedade e as aquelas que beneficiam os acionistas (VOGEL, 2005).

O primeiro exemplo a ser citado, refere-se às empresas da construção civil de Pernambuco que buscam perder o título de setor que concentra mais mão-de-obra não-qualificada na indústria do Estado. Para tanto criaram o “Programa Alfabetizar é Construir” que conta com cerca de 30 construtoras, que estão acabando com o maior obstáculo para melhorar a qualificação dos trabalhadores: o analfabetismo. Nos três primeiros anos da implantação do programa, foram alfabetizados 890 trabalhadores, o que representa uma queda de 5% no número total de funcionários analfabetos ou semi-analfabetos, que chegava a 45% do total de trabalhadores da região metropolitana de Recife (INSTITUTO ETHOS, 2005).

A grande meta do “Programa Alfabetizar é Construir” é eliminar completamente o analfabetismo do setor da construção em Pernambuco. Há construtoras participantes deste projeto que já não possuem funcionários analfabetos em seu quadro de pessoal. A coordenadora do programa Alfabetizar é Construir e o proprietário da Empresa, afirmam que o projeto reduziu o número de acidentes na construção civil, elevou a auto-estima e a qualidade de vida dos trabalhadores, além de melhorar a relação dos operários com as construtoras (INSTITUTO ETHOS, 2005).

Outro exemplo é o da Construtora Hábil Engenharia, que dos 120 funcionários da empresa, cerca de um terço conseguiu casa própria sem recorrer a nenhum agente financeiro da habitação. Um dos quatro sócios da construtora é que empresta o dinheiro, sem juros e com correção atrelada ao aumento de salário. Este sócio ainda dá orientações sobre a obra e um arquiteto faz o projeto voluntariamente (COHEN, 2002).

Com tendência corporativa, a Tecnisa disponibilizou na *internet* o seu blog corporativo. É o primeiro do setor de construção civil no Brasil. O “www.blogtecnisa.com.br” inaugurou um novo período para a companhia, que já utiliza a mídia on-line como um dos principais meios de comunicação com clientes, parceiros, fornecedores e funcionários. Segundo a entrevista realizada com o gerente de *e-Business* da Tecnisa, Denílson Novelli, divulgada no seu blog corporativo, ele comenta que:

o blog da Tecnisa é direcionado aos stakeholders da Tecnisa, são os clientes da empresa, os vizinhos de obra (a empresa mantém um relacionamento com os vizinhos de cada obra), universitários, e inclusive nós tivemos postings, comentários no nosso blog, recebemos e-mail também via blog de um universitário querendo fazer um trabalho sobre o blog (é um tema novo, né?). São as pessoas com quem a empresa se relaciona no seu dia-dia, no seu negócio.

O caso da pequena empresa ATF Estruturas Metálicas, a qual considera que “são pequenas ações internas e externas, juntas, modelam um perfil de responsabilidade social”. Desde o início do ano de 2000, com doações mensais de quinhentos reais, contribui para manter vivo o Projeto “Ajudou”, projeto este que oferece aulas de judô para cerca de 300 crianças carentes. Mas na metade de 2001 a empresa resolveu que deveria criar seu próprio projeto: “Plantar” - Um programa que oferece aulas de circo para crianças carentes de bairros vizinhos à empresa. Mas, a empresa também se envolve com outras ações na comunidade. Já ajudou os sete bairros que a cercam com implantação de um posto policial. E finalmente, através do programa Mutirão os funcionários se reúnem nos fins de semana para construir a casa de colegas de trabalho ainda sem teto (HERZOG, 2001).

A Construtora Laguna (2008) abraçou o programa de ensino fundamental denominado “Canteiro da Educação”, desenvolvido pelo Sindicato das Escolas Particulares do Paraná (SINEPE) e apoiado pela Secretaria Estadual e Municipal de Educação, pelo Sindicato das Indústrias da Construção Civil e pela ONG “Faça Parte”. Dos 45 profissionais na ativa de um empreendimento da construtora, entre serventes e pedreiros, 16 são alunos do “Canteiro da Educação”, divididos em duas turmas – uma da 1ª a 4ª série e outra da 5ª a 8ª série. Ao término do programa, o aluno faz um teste de equivalência da Prefeitura Municipal de Curitiba para receber o certificado de ensino fundamental, com a possibilidade de dar continuidade aos seus estudos na rede de ensino municipal regular (CONSTRUTORA LAGUNA, 2008).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo encontram-se os procedimentos metodológicos utilizados para a realização deste trabalho. A caracterização e o ambiente da pesquisa, o instrumento da coleta de dados, o universo e o delineamento do estudo.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A estrutura inicial da pesquisa é fundamentada teoricamente no tema responsabilidade social. Parte-se do conceito geral para o tratamento dessa temática em relação às práticas e especificidades de gestão empresarial no contexto da análise.

O instrumento de pesquisa utilizado nesta pesquisa é *Survey*. Robson (1993) afirma que a “*Survey*” refere-se à coleta de informações padronizadas de uma população específica, ou amostra de uma, e geralmente, mas não necessariamente por meio de questionários ou entrevistas. O autor ainda afirma que o método estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que envolve uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo particular dentro de seu contexto na vida real usando fontes múltiplas de evidências.

E os aspectos relativos ao delineamento do estudo de pesquisa e procedimentos de coleta de dados serão através de Estudo de Caso. Robson (1993) afirma que fazer perguntas e registrar respostas, a partir de entrevistas, questionários, escalas e testes, pode ser ainda combinado com outros métodos: estudo de caso ou experimento de campo. Alerta que, no caso, dos questionários tem-se a seguinte situação:

- se preenchidos pelos respondentes são considerados eficientes em termos de tempo e esforço do investigador;
- quando bem construídos são rapidamente analisados e devem preferencialmente ter questões fechadas; e

- a interpretação pode ser difícil, caso as perguntas ou instruções não sejam claras.

Um projeto de pesquisa é um plano lógico para se sair *daqui* e chegar *lá*, onde *aqui* pode ser definido como o conjunto inicial de questões a serem respondidas, e *lá* é um conjunto de conclusões (respostas) sobre essas questões. Entre *aqui* e *lá* se encontra um grande número de etapas principais, incluindo a coleta e a análise de dados relevantes (YIN, 2005).

3.2 AMBIENTE DA PESQUISA

A pesquisa foi aplicada num grupo de empresas do Paraná que participam de um projeto colaborativo, denominado “Construindo o Futuro”, em parceria com o SINDUSCON e o SEBRAE. O projeto tem como compromisso a disseminação das melhores práticas para uma construção civil digna e capaz de gerar mudança em todo o setor.

O SINDUSCON-PR é uma entidade representativa que se distingue por uma atuação ética e eficiente na defesa dos interesses da construção civil em todos os campos e níveis de sua competência. Na busca de consolidar o papel da construção civil no meio empresarial, o sindicato atua como prestador de serviço para 4 000 empresas (afiliadas e associadas). Aliada a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) na defesa de políticas públicas adequadas para a habitação, obras de infra-estrutura e saneamento (SINDUSCON-PR, 2007).

O SEBRAE, denominado Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, formalmente, trata-se de uma entidade civil sem fins lucrativos, composta por representantes da iniciativa privada e do setor público. Essa parceria visa sintonizar as ações que buscam estimular e promover as empresas de pequeno porte com as políticas nacionais de desenvolvimento econômico e social do país. Constitui-se, portanto, uma ferramenta prática com múltiplas funções, que capacita os pequenos empresários a fim de obterem as condições necessárias para crescer e acompanhar o ritmo de uma economia mais aberta e competitiva (SEBRAE-SP, 2008).

Os parceiros dos projetos iniciaram as atividades em julho de 2005 com debates de idéias na busca de trazer o aprimoramento de gestão empresarial das empresas participantes. Fato influenciado pela ação dos consumidores e das discussões geradas por conta do crescimento sustentável das empresas. As temáticas definidas e identificadas no projeto foram: Capacitação, Tecnologia, Mercado, Parcerias Estratégicas e Políticas Públicas.

Na fase inicial o diagnóstico individual nas empresas participantes é uma pesquisa de percepção da atitude e do comportamento do consumidor de imóveis. Buscou-se avaliar as potencialidades, as necessidades de melhoria da empresa e enfatizar o pensamento do consumidor.

Segundo o Projeto Construindo o Futuro, 2007, o resultado diagnóstico do grupo detectou a necessidade de aprimorar-se em ferramentas de gestão empresarial e desenvolvimento tecnológico, tais como:

- capacitação de fornecedores, trabalhadores e empresários (contribui para a redução dos prazos de entrega, melhoria da qualidade dos imóveis e aumento da satisfação do cliente);
- planejamento estratégico e de marketing (visando o direcionamento das ações empresariais para que tenham impacto direto no público-alvo, particularmente sobre suas necessidades e expectativas);
- controladoria gerencial e gestão financeira (melhor uso dos recursos disponíveis e futuros);
- informatização (para o melhor controle e gerenciamento dos processos);
- implantação de programas de qualidade;
- campanhas para melhoria da comunicação com os consumidores.

Acrescente-se que como ações no âmbito institucional o grupo deseja definir outras ações a serem realizadas, tais como, o gerenciamento de resíduos da construção; os estudos para desonerar a carga tributária (para uma conseqüente redução dos custos dos imóveis); e o fortalecimento das relações institucionais (visando a melhoria do setor e o aumento dos benefícios para os consumidores). O grupo se propõe também a otimizar os investimentos para quem utiliza os serviços da construção civil legalizada e contrapor-se à informalidade.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Nesta pesquisa, o protocolo para a coleta de dados consta de um questionário com os Indicadores ETHOS setoriais de Responsabilidade Social Empresarial. Centrou-se o foco nas Empresas Construtoras que atuavam no setor de edificações. A meta era fornecer ao grupo de empresas a possibilidade de um diagnóstico preciso e aprofundado, abrangendo dilemas e peculiaridades do setor empresarial em questão.

Os questionários são considerados instrumentos de apoio à pesquisa científica. Entretanto, analisadas as inúmeras variáveis envolvidas, o sucesso dos resultados dependerá, essencialmente, do rigor aplicado ao planejamento e construção destes modelos (ROBSON, 1993).

O instrumento construído teve o intuito de verificar como são abordadas pelos respondentes as questões de responsabilidade social, o conhecimento do assunto, sua importância e a profundidade da aplicação deste conceito pelas empresas respondentes, assim, permitindo um maior embasamento para uma análise crítica na identificação das atividades de Responsabilidade Social.

Os Indicadores Ethos estão organizado em sete temas: Valores, Transparência e Governança, Público Interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e Clientes, Comunidade, Governo e Sociedade (Anexo A). Cada tema é dividido em um conjunto de indicadores, que é formado por uma questão de profundidade e cuja finalidade é explorar em diferentes perspectivas as atividades de responsabilidade social da empresa.

Além do instrumento da coleta de dados apresentado nos anexos, ainda se encontram como Apêndice A - Carta convite para Empresas Participarem da Pesquisa.

O período de coleta de dados foi de 21 de Novembro de 2007 a 31 de Janeiro de 2008, coincidindo com as reuniões das empresas participantes do Projeto “Construindo o Futuro”.

3.4 UNIVERSO DA PESQUISA

Optou-se pela realização de uma pesquisa por amostragem, visto que a gama de empresas do setor da indústria da construção civil é muito grande. Então, a pesquisa restringiu-se às empresas, construtoras, participantes do Projeto Construindo o Futuro, com sede em Curitiba e região metropolitana, filiadas ao SINDUSCON-PR.

A abordagem nas empresas ocorreu durante uma reunião do grupo e todas elas compreenderam o universo dessa pesquisa. Com o total de 16 empresas pertencentes à Indústria da Construção Civil (ICC), filiadas no Sindicato da Indústria da Construção de Curitiba (SINDUSCON-PR), participantes do Projeto Construindo o Futuro.

O desconhecimento da probabilidade de seleção de determinado elemento dentro do universo em estudo, caracteriza esta investigação como de amostragem não-probabilística. Acrescente-se ainda por ser do tipo intencional ou por conveniência dado que os respondentes selecionados foram os mais acessíveis e mais fáceis de serem avaliados (OLIVEIRA, 2003, p. 88).

O foco da pesquisa são as construtoras, logo se optou por usar 7 das empresas respondentes, caracterizadas como de porte empresarial semelhante, pequena empresa, para o censo da população, As outras empresas participantes do Projeto, não foram analisadas neste trabalho, pois, atuam no ramo de Laboratório Técnico, indústrias fornecedoras de insumos e prestadores de serviços para o Setor.

3.5 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Salienta-se que as considerações da análise não serão generalizadas, por tratar-se de pesquisa do tipo não-probabilística. Para tanto, utilizou-se as seguintes publicações do Instituto Ethos: “Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial (4ª edição)”, cujo objetivo é oferecer aos profissionais de imprensa parâmetros para a cobertura do tema da responsabilidade social empresarial, contribuindo para aprofundar a cobertura na área e alertar os jornalistas, bem como os veículos de comunicação, para a importância de, as empresas, reverem suas práticas de gestão. Consideram-se ainda os “Indicadores

Ethos de Responsabilidade Social 2007” cuja estruturação em forma de questionário, facilita a interpretação dos dados analisados.

Nos indicadores, a escala dos estágios está disposta de maneira semelhante à da Figura 2, o que torna um referencial para o posicionamento dos resultados obtidos na pesquisa. O resumo dos temas dos questionários e dos conjuntos dos indicadores foi calculado através da média aritmética das opções escolhidas pelos respondentes. Para compilação dos dados utilizou-se o programa Excel®, da Microsoft®.

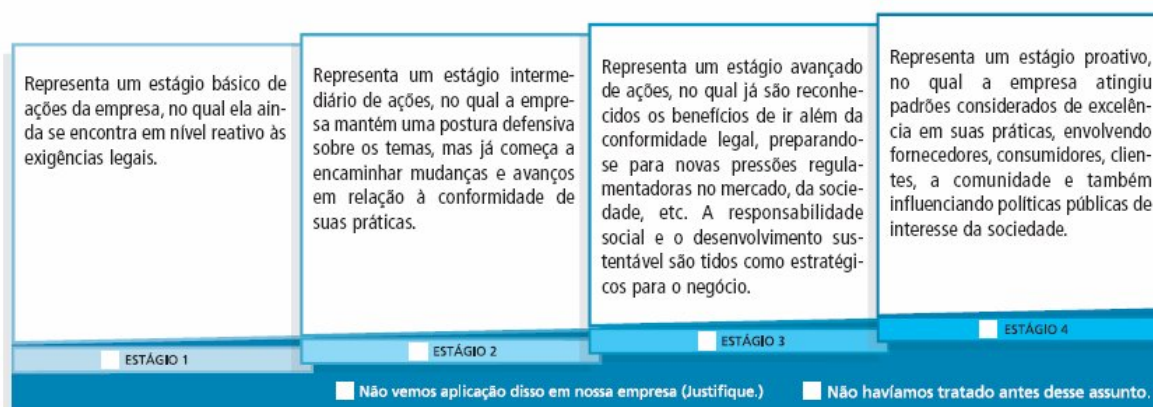


Figura 2 - Indicadores de Profundidade

Fonte: INSTITUTO ETHOS (2007).

Esse tipo de indicador permite avaliar o estágio atual da gestão da empresa em relação à determinada prática. É representado por quatro quadros contíguos que apresentam estágios dessa prática cujo nível de desempenho evolui do primeiro até o quarto estágio, permitindo à empresa situar-se facilmente na escala. Esses quatro estágios são interpretados e demonstrados na Figura 2.

Os estágios da Figura 2 podem ser comparados a uma escala percentual de 0 a 100, equivale-se a distribuir o estágio 1 no intervalo entre 0% e 25%, o estágio 2 entre 25,01% a 50%, o estágio 3 entre 50,01% a 75% e o estágio 4 entre 75,01% a 100%.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo encontram-se os principais resultados obtidos. O tratamento dos dados coletados está dividido em sete blocos, seguindo as divisões do instrumento ETHOS. No que tange a identificação das mudanças de gestão segundo os indicadores setoriais de Responsabilidade Social Empresarial, foco em construtoras.

4.1 TEMA 1 - VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA.

A tomada de decisões nas empresas deve levar em conta princípios que demonstrem a cultura da organização e orientem o cumprimento de sua missão. A orientação por valores ajuda a empresa a se relacionar de forma ética com seus públicos (ETHOS, 2006). Informando ainda suas ações e prestando contas à sociedade de suas atividades reforça os compromissos éticos da empresa. Transparência é um dos pilares de organizações que querem estabelecer padrões éticos de relacionamento.

De um modo geral, observou-se que na sua totalidade as organizações respondentes afirmam conhecer e aplicar as normas técnicas e a legislação específica ao seu empreendimento.

Tabela 1 - Valores, Transparência e Governança

1 Valores, Transparência e Governança.			
1.1 Compromissos éticos.	Sim	Não	Não se aplica
1.1.1 A empresa conhece e aplica as normas técnicas e legislações específicas para cada modalidade de empreendimento.	100%	0	0
1.2 Diálogo com as partes interessadas.			
1.2.1 A empresa possui um mapeamento de stakeholders ¹ por projeto de construção.	14%	57%	29%
1.3 Relações com a concorrência.			
1.3.1 A empresa participa ativamente de seus programas setoriais de qualidade (PSQ/SiQ do PBQP-H).	14%	57%	29%

O gráfico 3 conduz a constatação que 100% das empresas estabelecem como compromisso ético, o conhecimento e aplicação das normas técnicas e legislações específicas para cada modalidade de empreendimento.

A Tabela 1 apresenta 100% no item 1.1, este fato não é estudado isoladamente, pois ao analisá-lo em conjunto com o item 7.1, que trata das práticas de anticorrupção e propina, o mesmo contempla somente 43% das afirmações positivas. Portanto, classifica-se esse item no estágio 2 do ETHOS, onde as crenças e valores da organização estão documentados e disseminados, valendo igualmente para todos os níveis de organização.

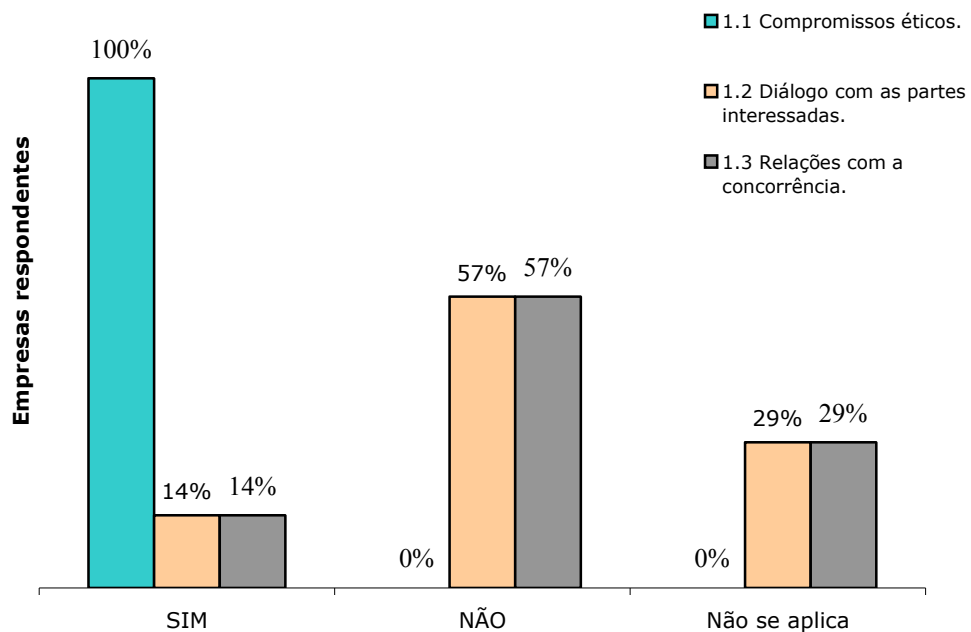


Gráfico 3 - Valores, Transparência e Governança

Somente 14% das empresas estão dialogando com as partes interessadas (*stakeholders*) e a maioria não usa informações colhidas nessa interação para melhorar seus processos internos e não constroem estratégias. Portanto, é sinal de que a maioria das empresas não se preocupa em estabelecer padrões claros de conduta.

Neste quesito, o primeiro estágio do ETHOS, considera que a empresa discute dilemas, estratégias e problemas apenas no ambiente da liderança da organização.

É importante esclarecer que para entendimento do termo *stakeholders*, o mesmo foi conceituado no instrumento de pesquisa entregue aos empresários.

A proposta do Projeto Construindo o Futuro - 2007 - apresenta a necessidade de aprimorar-se em ferramentas de gestão empresarial. Neste caso, torna-se importante o mapeamento de *stakeholders* para a elaboração do planejamento estratégico e de *marketing* (visando o direcionamento das ações empresariais para que tenham impacto direto no público-alvo, particularmente sobre suas necessidades e expectativas).

Quando foi perguntado se a empresa participa dos programas setoriais, obteve-se que quatro (4) responderam “não” e uma (1) delas afirmou que “não se aplica”. Este índice demonstra o desconhecimento dos programas. Além disso, identifica-se a existência de falhas, dentre outras, no incentivo à adesão ao programa pelos órgãos governamentais.

Cabe esclarecer que o objetivo do Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-h), a longo prazo, é criar um ambiente de isonomia competitiva, que propicie soluções mais baratas e de melhor qualidade para a redução do *déficit* habitacional no país, atendendo, em especial, a produção habitacional de interesse social (BRASIL, 2008).

Conclui-se, pelo item 1.3 do Gráfico 1, a classificação no estágio 1, que se segue as práticas de preço e concorrência comum ao mercado, restringindo-se ao cumprimento da legislação, portanto, faz-se necessário incentivos a implantação de programas de qualidade nas empresas participantes do projeto Construindo o Futuro.

4.2 TEMA 2 – PÚBLICO INTERNO

Este tema trata das Relações com sindicatos, gestão participativa, valorização da diversidade, cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho e comportamento frente às demissões.

Tabela 2 - Público Interno

2 Público Interno			
2.1 Relações com sindicatos	Sim	Não	Não se aplica
2.1.1 A empresa possui comissão de obras garantida por acordo coletivo.	43%	14%	43%
2.2 Gestão participativa			
2.2.1 A empresa possui programa para estimular e reconhecer sugestões dos empregados para melhoria de seus processos internos voltados para o pessoal do escritório.	14%	71%	14%
2.2.2 A empresa possui programa para estimular e reconhecer sugestões dos empregados para melhoria de seus processos internos voltados para o pessoal da obra.	29%	57%	14%
2.3 Valorização da diversidade			
2.3.1 A empresa possui política explícita de não discriminação contribuindo assim para a inserção de mulheres em todas as atividades, inclusive na produção em canteiro de obras.	14%	71%	14%
2.3.2 A empresa possui política explícita de não discriminação contribuindo assim para a diversidade de gênero, raça e idade principalmente para cargos de nível superior.	57%	43%	0%
2.5 Comportamento frente a demissões			
2.5.1 A empresa presta auxílio aos ex-empregados que não conseguiram recolocação para voltar a sua região de origem, se o desejarem?	29%	57%	14%

Este item avaliou como as empresas dialogam com os sindicatos e se há liberdade para representação sindical no ambiente de trabalho. Com índice de 43 % para item “sim” é possível afirmar que de acordo com o estágio 2 do ETHOS “a empresa não exerce nenhum tipo de pressão e permitem a liberdade para a representação dos sindicatos dentro do local de trabalho”. Possivelmente os dirigentes das empresas se reúnem periodicamente com os representantes dos sindicatos e cumprem os aspectos legais referentes aos seus empregados.

Sobre a Gestão participativa buscou-se verificar a disponibilidade das informações pela empresa, inclusive econômico-financeiras e oferece treinamento (sobre novos produtos e serviços, programa de integração, seminário, palestra sobre novas políticas e estratégicas etc.). Os respondentes das empresas assinalaram cerca de 57% na alternativa “não”, sendo inexistente um programa para estimular e recompensar os empregados que apresentam sugestões que contribuam para a melhoria dos processos internos.

As discussões sobre a diversidade nas organizações passam por questões relacionadas à inserção da mulher entre outras coisas. Neste caso, a maioria (71%) não se preocupa, por machismo ou pelo tamanho da empresa. Classifica-se este item no estágio 1, que a empresa procura evitar comportamento discriminatório no ambiente interno e na relação com os seus clientes, mas não possui processos estruturados e formais de promoção da diversidade.

A opção por valorizar a diversidade não deve estar apenas no discurso dos porta-vozes. As empresas devem combater todas as formas de discriminação e valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza étnica e cultural de nossa sociedade. Aproximadamente 14% delas possuem normas escritas que proíbem e prevêem medidas disciplinares contra práticas discriminatórias e que regulam os processos de admissão e promoção.

Elas devem assegurar boas condições de trabalho, saúde e segurança. Conforme Gráfico 4 (item 2.4) praticamente 100% das empresas inspecionam periodicamente a correta utilização dos equipamentos de segurança (EPC/EPI) por seus funcionários nos canteiros de obras, advertindo-os quando necessário. No entanto, vale destacar que também os outros 71% não promovem campanhas de conscientização e educação sobre a questão das DST's, HIV/AIDS, higiene envolvendo inclusive a família dos funcionários.

A Norma Regulamentadora 18 (NR-18) trata das condições e meio ambiente de trabalho na Indústria da Construção Civil, e discute a obrigatoriedade de treinamento dos novos funcionários em Segurança do Trabalho. O mesmo ocorrerá antes de iniciarem a atividade profissional com duração mínima de 6 horas, dentro do horário de trabalho, em riscos inerentes à sua função, uso adequado dos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e informações sobre os Equipamentos de Proteção Coletiva (EPCs). E além dos treinamentos periódicos, devem ocorrer treinamentos no início de cada nova fase da obra (Rocha *et al.*,2000). As empresas encontram-se no primeiro estágio ETHOS, pois se limitam a seguir rigorosamente as normas e parâmetros fixados pela legislação.

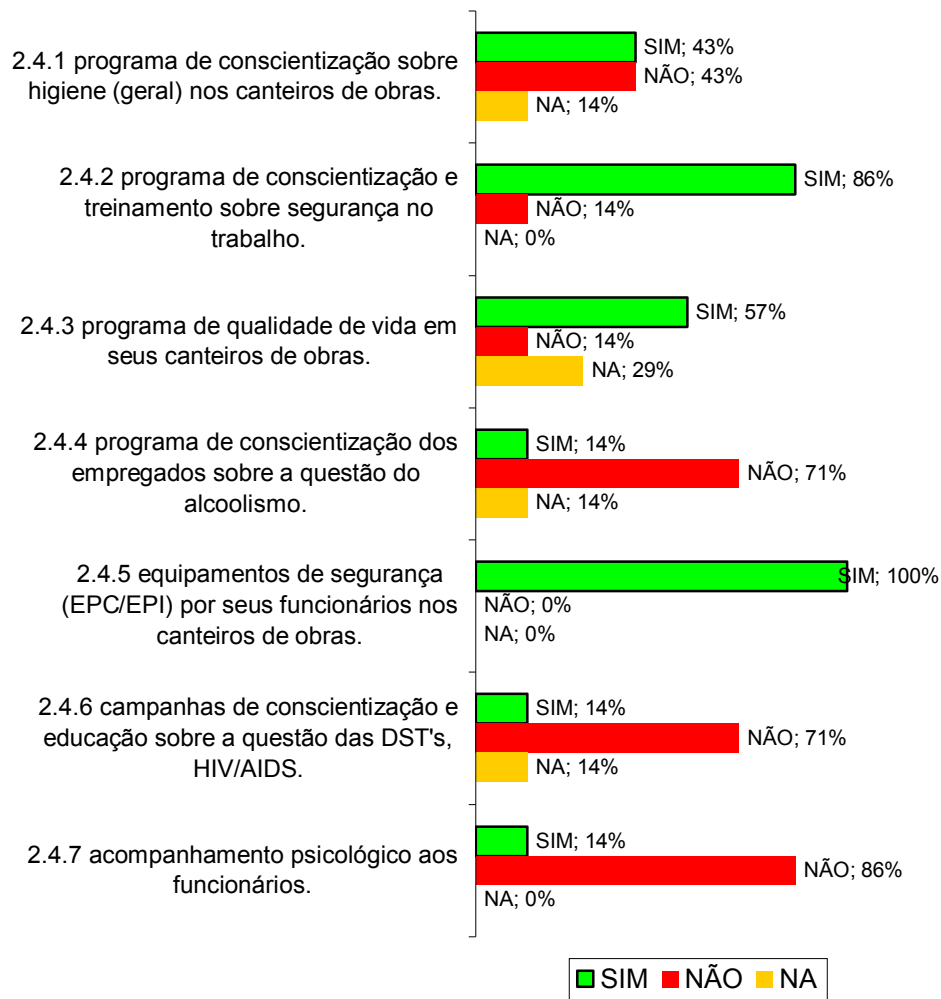


Gráfico 4 - Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho.

No diagnóstico do Projeto Construindo o Futuro (2007) quanto ao aprimoramento das ferramentas de gestão empresarial e desenvolvimento tecnológico, não detectou as necessidades de educação dos funcionários sobre os assuntos de DST's, HIV/AIDS e do alcoolismo.

As demissões devem ser sempre a última saída para redução de despesas e ajustes. No item 2.5 do questionário, observa-se que somente 29% das empresas prestam auxílio aos ex-empregados que não conseguiram recolocação para voltar a sua região de origem, se o desejarem.

4.3 TEMA 3 – MEIO AMBIENTE

O Instituto Ethos (2006) avalia o real compromisso com as questões ambientais levando em conta aspectos de planejamento da empresa, tais como:

- a empresa cumpre os parâmetros e requisitos exigidos por lei e mantém programas internos de melhoramento ambiental;
- prioriza políticas preventivas e mantém comitês responsáveis pela administração das ações ambientais;
- inclui a questão ambiental em seu planejamento estratégico;
- desenvolve novos negócios ou adotou novos modelos para negócios já existentes que procuram explorar a sustentabilidade ambiental.

Observa-se na Tabela 3 que 52% das empresas não possuem parcerias com organizações para promover o desenvolvimento sustentável em seu setor de atuação, fazendo o estudo do impacto ambiental e do uso responsável dos recursos que serão utilizados nos projetos.

Portanto, classificando este item no segundo estágio do ETHOS, determina-se que a empresa produz estudos de impacto ambiental, segundo exigências da legislação, e realiza regularmente atividades de controle e monitoramento.

Tabela 3 - Meio Ambiente (itens 3.1, 3.2, 3.3 e 3.4).

3 Meio Ambiente			
3.1 Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental	Sim	Não	Não se aplica
3.1.1 A empresa possui parcerias com organizações (ONGs, Universidades, Governo, Organizações Multilaterais - ex.: PNUMA, Instituições Públicas de Pesquisa, etc) para promover o desenvolvimento sustentável em seu setor de atuação.	43%	57%	0
3.1.2 A empresa possui agendas ambientais distintas para cada obra.	14%	71%	14%
3.1.3 A empresa recorre a especialistas submetendo seus projetos para análise prévia de impacto ambiental tendo esse parecer o poder de decisão quanto à realização ou não realização da obra.	0	29%	71%
3.2 Educação e conscientização ambiental			
3.2.1 A empresa insere a questão ambiental no Manual de Entrega do Empreendimento.	0	29%	71%
3.3 Gerenciamento do impacto ambiental			
3.3.1 A empresa discute com as contratantes questões sobre a eficiência ambiental do empreendimento em operação apresentando propostas e melhorias para a mesma.	43%	0	57%
3.3.2 A empresa é certificada pela série NBR ISO14000.	0	86%	14%
3.4 Minimização de entradas e saídas de materiais			
3.4.1 A empresa tem programa de educação e conscientização ambiental e coleta seletiva em seu escritório e em todos os canteiros de obras.	43%	43%	14%
3.4.2 A empresa tem programa de destinação adequada e controlada de todas as fases da gestão de resíduos em todos os canteiros de obras.	29%	57%	14%
3.4.3 A empresa tem programa para minimizar a geração de resíduos, maximizar a reutilização e reciclagem, assim como, definir a destinação final adequada aos mesmos em atendimento à resolução do Conama ² - Conselho Nacional do Meio Ambiente n° 307.	14%	71%	14%
3.4.4 A empresa tem programa formal de controle e redução de perdas de materiais utilizados em suas obras.	0	86%	14%

As empresas respondentes na sua maioria não possuem a certificação da NBR IS014000 e não possuem programa formal de controle e redução de perdas de materiais utilizados em suas obras.

A resolução do CONAMA - Conselho Nacional do Meio Ambiente n° 307, destacado no questionário, dispõe sobre procedimentos para o licenciamento ambiental de aterros de resíduos inertes e da construção civil. E de acordo com o resultado encontrado na pesquisa, sendo que 14% das empresas apontam ter um programa para minimizar a geração de resíduos, aparentemente não formalizado.

Cabe destacar que a empresa ambientalmente responsável deve contribuir com a conservação e combater a exploração ilegal e predatória de nossas florestas (INSTITUTO ETHOS, 2006), e ainda mantém política ou programa específico para verificação da origem e da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais utilizados em seu processo produtivo;

No âmbito institucional o grupo do Projeto Construindo o Futuro, deseja definir ações a serem realizadas, no gerenciamento de resíduos da construção.

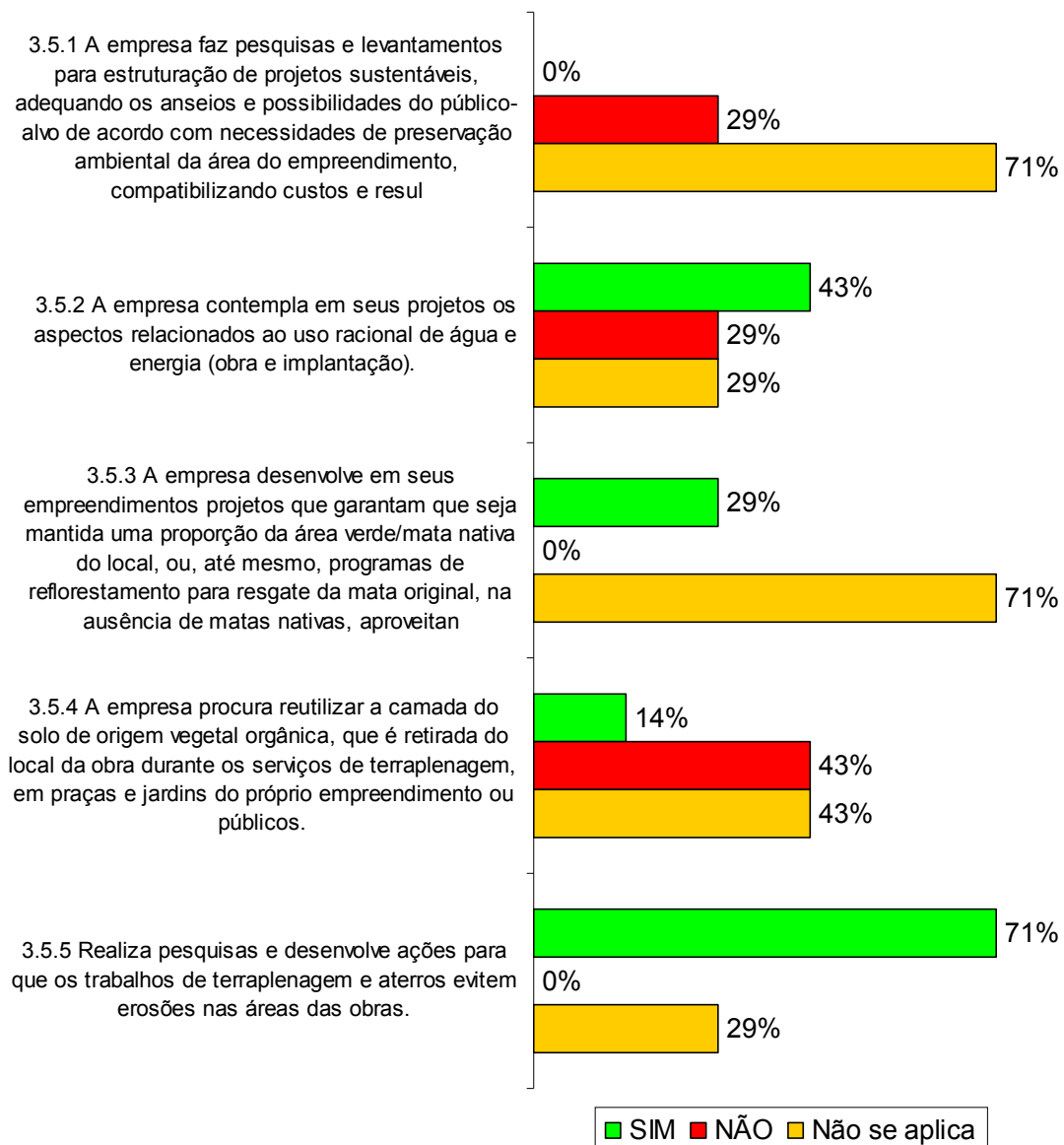


Gráfico 5 - Meio Ambiente (item 3.5 - Desenvolvimento sustentável)

No Gráfico 5, os itens 3.5.2, 3.5.3 e 3.5.5 estão as respostas afirmativas mais significativa e relacionadas com as definições dos projetos, que em alguns casos, estão na obrigatoriedade de lei. Demonstrado no contra-senso entre os itens 3.5.1 e 3.5.5, que respectivamente 71% das empresas não fazem pesquisas e levantamento para estruturação de projetos sustentáveis, enquanto 71% realizam pesquisas e ações para evitar erosões na área da obra.

As questões de sustentabilidade no uso dos materiais na construção devem ser uma preocupação relacionada a responsabilidade quanto ao uso de recursos e impactos sobre o meio ambiente, a empresa deve considerar em seu planejamento estratégico a questão ambiental da utilização da madeira.

Tabela 4 - Meio Ambiente (item 3.6 - Utilização da Madeira)

3.6 Utilização da madeira	SIM	NÃO	Não se aplica
3.6.1 A empresa tem programa para substituição de madeiras conservadas com venenos à base de cromo e arsênico.	0%	57%	43%
3.6.2 A empresa, ao definir o tipo de madeira a ser utilizada, considera as características das peças a serem detalhadas para adequar o projeto às medidas das peças disponíveis no mercado com o objetivo de evitar perdas por cortes e emendas desnecessárias?	43%	29%	29%
3.6.3 A empresa tem política de compra de madeiras somente de empresas que possam comprovar a origem das mesmas, seja por meio de certificação legal (FSC, SOF, Cerflor etc) ou de um plano de manejo aprovado pelo Ibama, com a apresentação de nota fiscal e documento de transporte.	14%	71%	14%
3.6.4 A empresa utiliza espécies de madeiras alternativas às tradicionais que se encontram sob pressão de exploração?	43%	14%	43%

A tabela 4 demonstra que, 43% das empresas respondentes, ao definir o tipo de madeira a ser utilizada, consideram as características das peças a serem detalhadas para adequar o projeto às medidas das peças disponíveis no mercado com o objetivo de evitar perdas por cortes e emendas desnecessárias. E no mesmo percentual (43%) utiliza-se de espécies de madeiras alternativas às tradicionais que se encontram sob pressão de exploração.

Salienta-se que, 71% das empresas não consideram a procedência da madeira na política de compras, conseqüentemente, alerta-se que, no projeto Construindo o Futuro a necessidade de treinamento dos gerentes e profissionais responsáveis pelo setor de compras das empresas.

Os itens da tabela 4 não têm correlação direta com os indicadores de profundidade, por se tratar de um indicador ETHOS setorial específico.

O Instituto ADVB de Responsabilidade Social - IRES (2007) divulgou que 67% das empresas pesquisadas não têm políticas formais de compras, materiais verdes ou ambientalmente certificados.

Uma empresa ambientalmente responsável deve contribuir com a conservação e combater a exploração ilegal e predatória de nossas florestas. Por isso, deve manter em seu planejamento uma política ou programa específico para verificação da origem e da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais utilizados em seu processo produtivo. E se suas instalações e seus produtos, assim como os insumos, possuem certificação de origem e/ou da cadeia de custódia (INSTITUTO ETHOS, 2006).

Observa-se no Gráfico 6 à concentração das respostas negativas sobre o meio ambiente, portanto, os processos de gestão ambiental devem ser mais bem trabalhados no planejamento estratégico das empresas.

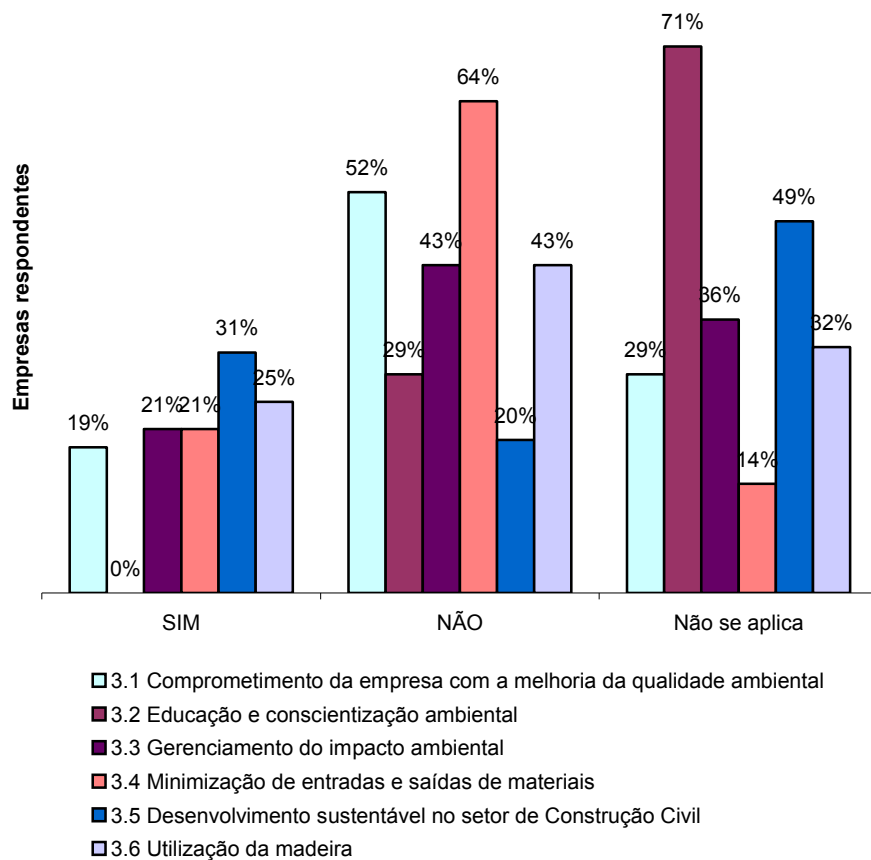


Gráfico 6 - Meio Ambiente (Total).

As preocupações com a sustentabilidade estão diretamente relacionadas com o item a seguir, fornecedores.

4.4 TEMA 4 – FORNECEDORES

As relações que a empresa estabelece com fornecedores revelam o grau de seu comprometimento com a responsabilidade social. Ela reproduz suas práticas entre os fornecedores e geram um círculo virtuoso.

Em relação à política de compras, 43% das empresas não têm como norma verificar a procedência do material com o objetivo de evitar a utilização de insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais, fruto de contrabando. As outras empresas não têm norma ou não verificam a procedência dos materiais.

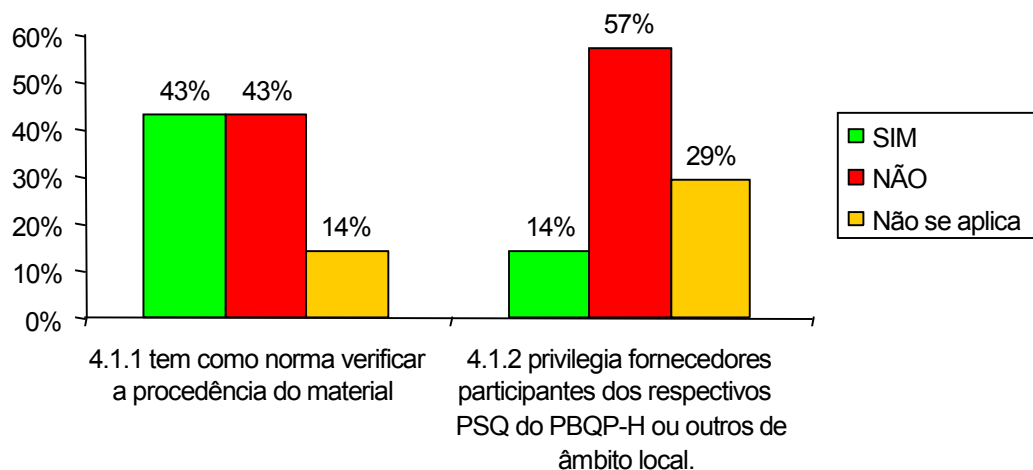


Gráfico 7 – Critérios de seleção e avaliação de fornecedores (item 4.1).

Na política de compras, 57% das empresas não privilegiam fornecedores participantes dos respectivos PSQ do PBQP-H ou outros fornecedores de âmbito local.

Dessa forma, em relação à política de compras, a maioria das empresas não considera a procedência dos materiais e os fatores de qualidade de seus fornecedores e parceiros.

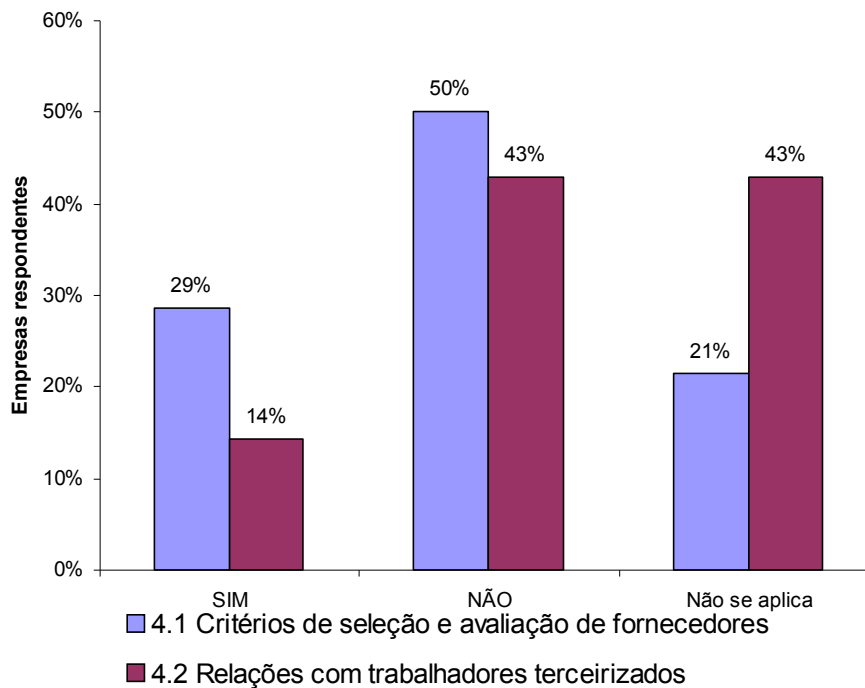


Gráfico 8 - Fornecedores.

No item 4.2 do questionário verifica-se a política formal das empresas da relação com os trabalhadores terceirizados, onde 43% delas não têm a observância de aspectos legais na contratação de mão-de-obra terceirizada acompanhada por indicadores de qualidade e não foca na questão da especialização da atividade.

O IRES (2007) constatou que 34% das empresas desenvolvem alguma ação de modo a organizar uma Rede de Fornecedores Socialmente Responsáveis.

No Projeto Construindo o Futuro (2007) foi diagnosticado que o grupo precisa aprimorar-se em ferramentas de gestão empresarial o que foi confirmado pelo resultado do item 4 do questionário. Fato que contribui para a tomada de decisão e reavaliação do relacionamento com fornecedores, trabalhadores e empresários. Portanto, para contribuir com a redução dos prazos de entrega, melhoria da qualidade dos imóveis e aumento da satisfação do cliente, a empresa deve possuir uma política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de seus fornecedores. Na escala do Ethos classifica-se como sendo Estágio 2, significando que possuem normas transparentes que contemplam critérios e exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal.

Para o caso da relação com os trabalhadores terceirizados classifica-se no Estágio 1, que significa que mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhista e previdenciária.

4.5 TEMA 5 – CONSUMIDORES E CLIENTES

O papel da comunicação é central tanto no reconhecimento público das ações das empresas, como na capitalização que elas fazem da percepção construída entre os consumidores (INSTITUTO AKATU, 2005).

Para uma melhor visualização dos resultados da pesquisa no Tema 5, dividiu-se em duas partes o item 5.1 que trata da Política de Comunicação social.

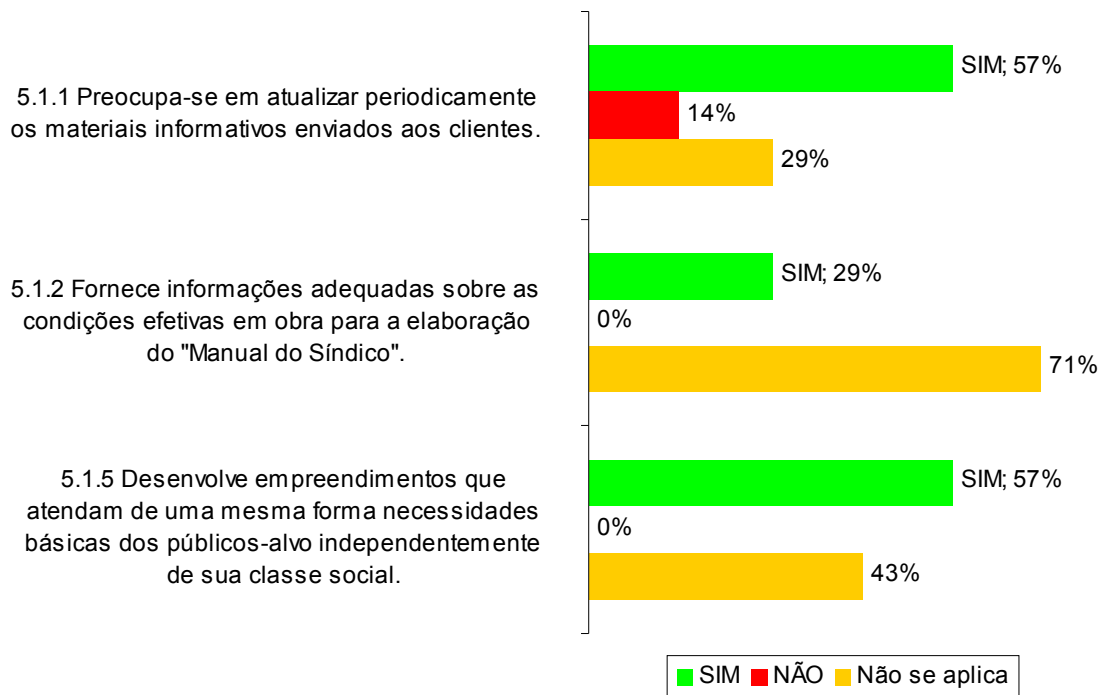


Gráfico 9 - Política de Comunicação Social: Consumidores e Clientes (itens 5.1.1, 5.1.2 e 5.1.5).

O Gráfico 9 trata do relacionamento com o cliente e detectou que com a média de 48% as empresas preocupam-se em divulgar de forma adequada as informações empresariais para seus clientes.

Relacionando este item ao estágio 2, diz-se que a empresa possui política formal de comunicação alinhada aos seus valores e princípios, que abrange todos os materiais de comunicação, tanto internos quanto externos.

A pesquisa citada anteriormente e realizada pelo Instituto AKATU (2005) constatou que, frente a um quadro favorável para as empresas, seria esperável encontrar um consenso de confiança para com as mensagens corporativas emitidas no tocante à sua atuação social e ambiental. No entanto, apesar do papel positivo atribuído às empresas e das expectativas criadas ao redor das ações de RSE, o consumidor brasileiro encontra-se dividido no que diz respeito à credibilidade das iniciativas corporativas. Confrontados com a afirmação que as empresas comunicam com honestidade e veracidade o que elas fazem em matéria social e ambiental, apenas metade se mostra de acordo (50%), enquanto a outra metade discorda (45%) ou não tem opinião formada (5%).

O IRES (2007) apresentou um resultado que 85% das empresas não conhecem a opinião de seus clientes/consumidores e expectativas quanto ao seu entendimento diferencial na escolha de uma empresa socialmente responsável.



Gráfico 10 - Política de Comunicação social: Consumidores e Clientes (itens 5.1.3, 5.1.4 e 5.1.6).

O marketing e a comunicação da empresa não podem se dissociar da preocupação com a responsabilidade social. Buscar a coerência dessas ações é sinal de que a empresa quer instituir valores e comunicá-los à sociedade, criando uma imagem de credibilidade e confiança (INSTITUTO ETHOS, 2006).

O resultado encontrado no Gráfico 10, principalmente os itens 5.1.3 e 5.1.4 mostra um antagonismo entre as respostas, pois, 71% responderam “não se aplica”, e 29% das empresas afirmam desenvolver propagandas e campanhas de marketing de seus empreendimentos de forma que não venham a gerar falsas expectativas para os clientes. Além disso, 29% responderam “não se aplica”, e as outras 71% afirmaram que procuram ser claras e objetivas em suas campanhas publicitárias para não induzir os compradores ao erro em seus investimentos.

As ferramentas de gestão empresarial e desenvolvimento tecnológico diagnosticado no Projeto Construindo o Futuro, 2007, devem aprimorar os planejamentos estratégicos e de *marketing* para direcionarem as ações empresariais de modo que, tenham impacto direto no público-alvo, particularmente sobre suas necessidades e expectativas, e que contemplem campanhas para melhoria da comunicação com os consumidores. Acrescenta-se que como ações no âmbito institucional a melhoria do setor e o aumento dos benefícios para os consumidores.

4.6 TEMA 6 – COMUNIDADE

O primeiro ponto a ser tratado pela empresa com a comunidade são os impactos produzidos por suas atividades. O diálogo com organizações comunitárias abre novos caminhos estratégicos para empresas, além de reduzir conflitos decorrentes de suas atividades. O envolvimento da empresa com sua ação social podem ser financeiros ou pode se integrar às suas atividades com o apoio de recursos humanos e fornecedores (INSTITUTO ETHOS, 2006).

O IRES (2007) revelou que 77% das empresas pesquisadas desenvolvem programas sociais voltados para a comunidade;

No Gráfico 11 destaca-se com 57% a resposta afirmativa do item 6.1.5. Trata-se dos treinamentos sistemáticos de funcionários da obra sobre as questões de conduta e aspectos relativos sobre o consumo de bebidas alcoólicas, respeito à comunidade local. Relacionando-se com o item 2.4.4, que também trata da conscientização dos empregados sobre a questão do alcoolismo, 71% responderam negativamente. Fato este que demonstra o contraponto dos respondentes quanto a esse assunto. Portanto, ressalta-se novamente a necessidade da inclusão desta questão no aprimoramento da gestão empresarial no Projeto Construindo o Futuro - 2007.

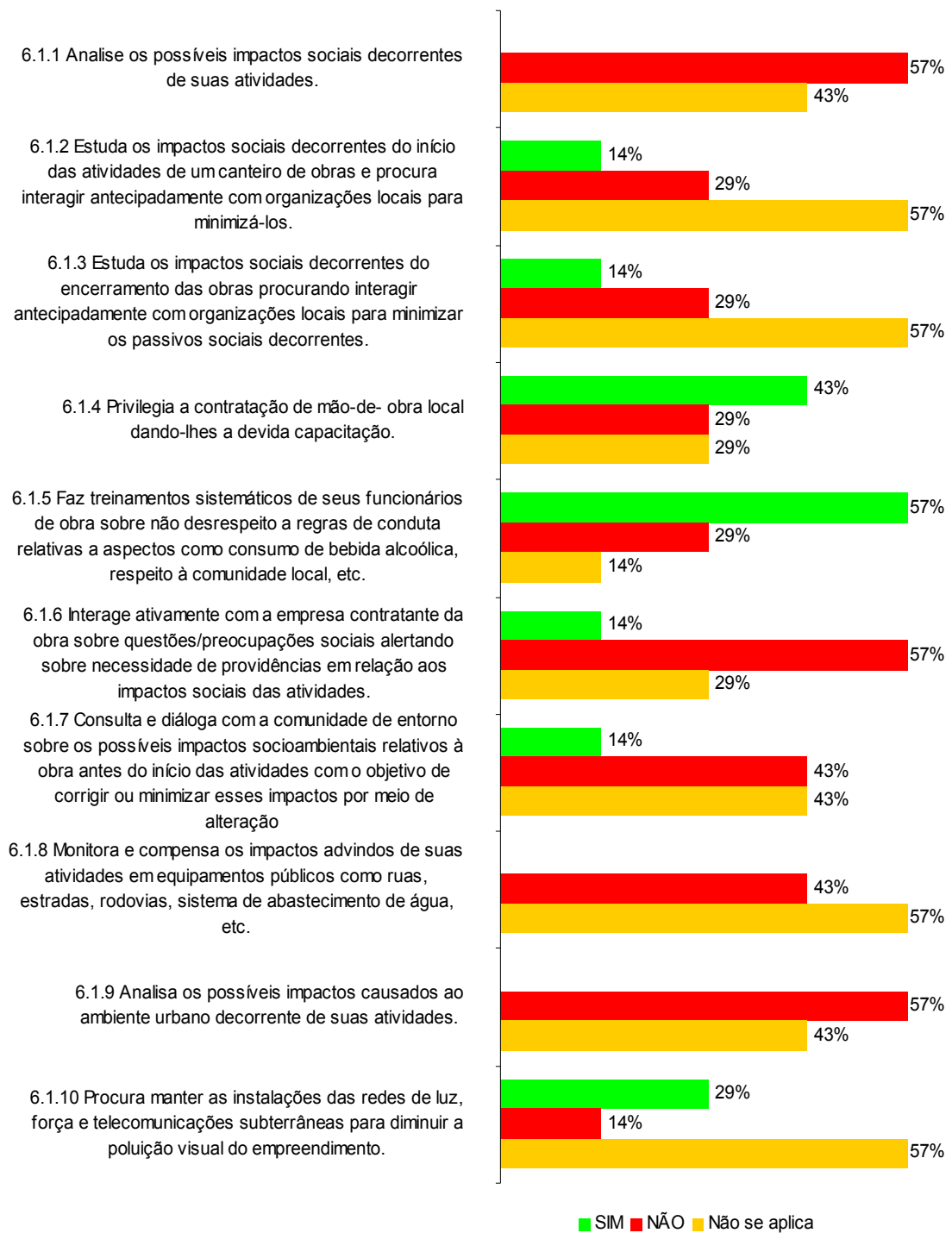


Gráfico 11 - Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno.

Com a média dos resultados encontrados no Gráfico 11, sobre o gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno, segundo os Indicadores Ethos, faz-se a correspondência com o estágio 1, onde a empresa procura tomar medidas reparadoras em resposta as reclamações e manifestações da comunidade. Portanto, identifica-se a necessidade de aprimoramento na gestão da comunidade pelas empresas.

4.7 TEMA 7 – GOVERNO E SOCIEDADE

As atuações políticas das empresas ocorrem na defesa de seus interesses, de interesses do setor ou mesmo de causas de caráter público. O relacionamento com o poder público reflete os princípios éticos que regem a organização. É fundamental cobrar das empresas essa coerência, principalmente no que se refere à proibição de práticas corruptas. O envolvimento em atividades, projetos ou ações sociais de caráter público demonstra a possibilidade de a empresa ser agente de transformação social (INSTITUTO ETHOS, 2006).

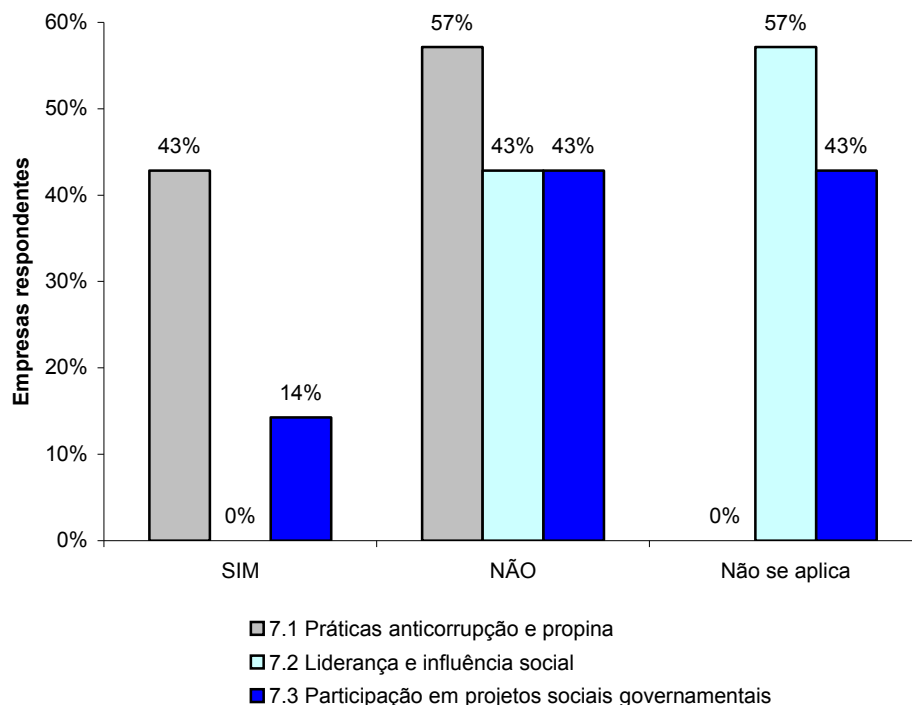


Gráfico 12 – Governo e Sociedade

No Gráfico 12 observa-se que 57% dos respondentes negaram ter no Código de Ética da empresa a questão sobre a Ética no relacionamento com agentes do poder público. Fato também constatado pela pesquisa IRES (2007) em que 37% das empresas respondentes indicaram que não têm um Código de Ética documentado. Esta pesquisa incluía empresa de pequeno, médio e grande porte. Acrescente ainda que nos outros dois itens, as empresas afirmam não terem participação em projetos sociais governamentais, nem liderança e influência social.

Em correspondência ao ETHOS, o item 7.1 relaciona-se ao estágio 2, onde a empresa mantém postura reconhecida pelo público interno quanto à proibição de favorecimento, direto ou indireto, dos agentes do poder público. E o item 7.3 classifica-se no estágio 1 que considera que a empresa cumpre sua obrigação com o pagamento de impostos e não participa de atividades sociais realizadas por entes governamentais. O item 7.2 indica que as empresas pesquisadas não têm liderança e influência social no envolvimento com atividades, projetos ou ações sociais de caráter público.

O grupo de empresa do Projeto Construindo o Futuro se propõe a otimizar os investimentos para quem utiliza os serviços da construção civil legalizada e contrapor-se à informalidade, entretanto, observa-se que somente 43% delas estão engajadas na questão da anticorrupção e propina.

4.7.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir dos resultados apresentados anteriormente, faz-se o diagnóstico das práticas de responsabilidade social das empresas do setor de edificações, filiadas ao Sindicato da Indústria da Construção Civil (SINDUSCON), no Estado do Paraná, com sede em Curitiba e Região Metropolitana, participantes do Projeto Construindo o Futuro.

A discussão dos resultados é apresentada no Quadro 6. Os relacionamentos entre os indicadores ETHOS de profundidade são equivalentes e compatíveis com os resultados encontrados na pesquisa, e também com os objetivos das empresas participantes do Projeto Construindo o Futuro. Para a apresentação, dividiu-se pelos 7 temas principais do questionário aplicado.

Tema	Cenário		Sugestão de Melhoria
	Indicadores ETHOS de profundidade	Objetivos do Projeto Construindo o Futuro	
Valores, Transparência e Governança	Estágio 2- As crenças e valores da organização estão documentados e disseminados, valendo igualmente para todos os níveis de organização. E Estágio 1, onde, discutem dilemas, estratégias e problemas apenas no ambiente da liderança das organizações. As práticas de preço e concorrência comum ao mercado, restringindo-se ao cumprimento da legislação.	Aprimorar as ferramentas de gestão empresarial, tais como: a implementação dos programas de qualidade.	Fazer um detalhamento e mapeamento de <i>stakeholders</i> para a elaboração do planejamento estratégico e de marketing
Público Interno	Estágio 2 - As empresas não exercem nenhum tipo de pressão e permite a liberdade para a representação dos sindicatos dentro do local de trabalho, o. Estágio 1, A empresa procura evitar comportamento discriminatório no ambiente interno e na relação com os seus clientes, mas não possui processos estruturados e formais de promoção da diversidade,, e se limita a seguir rigorosamente as normas e parâmetros fixados pela legislação	Aprimorar as ferramentas de gestão empresarial, tais como capacitação de trabalhadores.	Identificar as necessidades de educação dos funcionários sobre a questão de DST's, HIV/AIDS, a questão do alcoolismo e do comportamento discriminatório.
Meio Ambiente	Estágio no. 2 - As empresas produzem estudos de impacto ambiental, segundo exigências da legislação, e realizam regularmente atividades de controle e monitoramento.	definir ações a serem realizadas, no gerenciamento de resíduos da construção.	Treinar os gerentes e profissionais responsáveis pelo setor de produção (compras) das empresas.
Fornecedores	Estágio no. 2 - As empresas possuem normas transparentes que contemplam critérios e exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal. E Estágio 1, que mantém relações contratuais dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhista e previdenciária	Aprimorar as ferramentas de gestão empresarial, tais como capacitação de fornecedores, trabalhadores e empresários	Exigir a qualificação dos terceirizados e definir uma política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de seus fornecedores.
Consumidores e Clientes	Estágio 2 - As empresas possuem políticas formais de comunicação alinhada aos seus valores e princípios, que abrange todos os materiais de comunicação, tanto internos quanto externos.	Aprimorar os planejamentos estratégicos e de marketing para definir ações a serem realizadas, no fortalecimento das relações institucionais e campanhas para melhoria da comunicação com os consumidores.	Buscar a coerência das ações para que a empresa institua valores e comunique-os à sociedade, criando uma imagem de credibilidade e confiança
Comunidade,	Estágio 1 - As empresas procuram tomar medidas reparadoras em resposta as reclamações e manifestações da comunidade.	Aprimorar os planejamentos estratégicos e de marketing para direcionarem as ações empresariais de modo que, tenham impacto direto no público-alvo, particularmente sobre suas necessidades e expectativas;	Identificar as ações necessárias de aprimoramento na gestão da comunidade pelas empresas.
Governo e Sociedade	Estágio 2 - As empresas mantêm posturas reconhecidas pelo público interno quanto à proibição de favorecimento, direto ou indireto, dos agentes do poder público. E Estágio 1 que cumpram suas obrigações com o pagamento de impostos e não participam de atividades sociais realizadas por entes governamentais	Otimizar os investimentos para quem utiliza os serviços da construção civil legalizada e contrapor-se à informalidade.	Demonstrar a possibilidade da empresa torna-se um agente de transformação social.

Quadro 6 - Diagnóstico das práticas de responsabilidade social

O diagnóstico apresentado no Quadro 6 indica o estágio da gestão das organizações entrevistadas em relação aos Indicadores ETHOS, que relacionados aos objetivos das empresas do Projeto Construindo o Futuro, contribuirá para uma melhor compreensão da RSC e de sua aplicabilidade em seus modelos de gestão.

5 CONCLUSÃO

Enquanto a indústria da construção civil caminha na consolidação dos sistemas de gestão da qualidade, da melhoria nos processos logísticos e de projetos com base na tecnologia da informação; as demais indústrias se moldam às exigências do mercado internacional quanto à sustentabilidade global.

As organizações precisam avaliar de forma integrada os elementos ambientais, sociais e econômico-financeiros.

O cenário exposto sobre os modelos de gerenciamento nas empresas de construção deixam claro o posicionamento do setor sobre o que há de novo no campo da gestão e da inovação tecnológica.

O desenvolvimento desse trabalho diagnosticou as práticas de Responsabilidade Social de empresas do setor de edificações, filiadas ao Sindicato da Indústria da Construção Civil (SINDUSCON), no Estado do Paraná, com sede em Curitiba e região metropolitana e participante do Projeto Construindo o Futuro.

5.1 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A aplicação do questionário dos indicadores ETHOS setoriais e a análise das respostas com as publicações do Instituto Ethos: Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial (4ª edição) e dos Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial, estabeleceu os estágios em que se enquadram as empresas pesquisadas, segundo os indicadores ETHOS.

Para a apresentação final dos resultados da pesquisa, juntaram-se os temas dos indicadores ETHOS afins pesquisados com os objetivos do Projeto Construindo o Futuro. Com o cenário exposto, sugere-se uma melhoria nas ações das empresas, contribuindo para uma melhor compreensão da RSC e sua aplicação em seus modelos de gestão com a intenção de serem empresas socialmente responsáveis.

O Quadro 7 apresenta um cenário de ações que as empresas precisam prever em seus planejamentos estratégicos com o objetivo de não trabalharem, exclusivamente, de uma forma reativa às exigências legais (Estágio 1) e com uma postura defensiva sobre os temas (Estágio 2), mas encaminhando mudanças e avanços em relação à conformidade de suas práticas.

Temas	Cenário		Sugestão de Melhoria
	Indicadores ETHOS de profundidade	Objetivos do Projeto Construindo o Futuro	
Valores, Transparência e Governança	As crenças e valores da organização estão documentados e disseminados e as práticas empresariais restringem-se ao cumprimento da legislação. Estágios 1 e 2.	Implementação dos programas de qualidade.	Fazer um detalhamento e mapeamento dos <i>stakeholders</i> .
Meio Ambiente	Cumprir as exigências da legislação. Estágio 2	Gerenciamento de resíduos da construção.	Treinar os gerentes e profissionais responsáveis pelo setor de compras das empresas.
Governo e Sociedade	Cumprir as suas obrigações com o pagamento de impostos e proibir favorecimentos a agentes públicos. Estágios 1 e 2.	Otimizar os investimentos para quem utiliza os serviços da construção civil legalizada e contrapor-se à informalidade.	Demonstrar a possibilidade da empresa torna-se um agente de transformação social.

Quadro 7 – Temas 1 - 3 - 7 => Planejamento Estratégico

No Quadro 8, os temas relacionam-se diretamente com as ações empresariais utilizadas pelas empresas e orientaram no aprimoramento das ferramentas de gestão empresarial que é um dos objetivos do Projeto Construindo o Futuro.

O resultado apresentado no Quadro 8 demonstra que as empresas encontram-se entre o nível básico (Estágio 1) e intermediário (Estágio 2) de acordo com os indicadores ETHOS.

Portanto, através de uma gestão empresarial mais treinada e preparada para as novas pressões regulamentadoras do mercado e da sociedade, as empresas do Projeto Construindo o Futuro terão seus objetivos alcançados e seus benefícios reconhecidos de ir além da conformidade legal.

Temas	Cenário		Sugestão de Melhoria
	Indicadores ETHOS de profundidade	Objetivos do Projeto Construindo o Futuro	
Público Interno	Permite a representação dos sindicatos, mas não possuem processos estruturados e formais de promoção da diversidade e se limita a seguir as normas e parâmetros fixados pela legislação. Estágios 1 e 2.	Aprimorar as ferramentas de gestão empresarial, tais como capacitação de trabalhadores.	Educar os funcionários sobre a questão de DST's, HIV/AIDS, alcoolismo e comportamento discriminatório.
Fornecedores	Mantém relações contratuais dentro dos parâmetros legais e cumprem a legislação trabalhista, previdenciária e fiscal. Estágios 1 e 2	Capacitar fornecedores, trabalhadores e empresários.	Treinar os gerentes e profissionais responsáveis pelo setor de compras das empresas.
Comunidade	As empresas procuram tomar medidas reparadoras em resposta as reclamações e manifestações da comunidade. Estágio 1	Ações empresariais que tenham impacto direto no público-alvo.	Identificar as ações necessárias de aprimoramento na gestão da comunidade pelas empresas.

Quadro 8 – Temas 2 – 4 – 6 => Gestão Empresarial

No Quadro 9 encontra-se isoladamente o tema 5 que se refere aos consumidores e clientes e esta vinculada com as ações de marketing das empresas. O estágio intermediário (Estágio 2) apresentado neste cenário requer uma melhoria na comunicação com o cliente e um fortalecimento das relações institucionais das empresas, conforme objetivado no Projeto, para criar uma imagem de credibilidade e confiança junto aos *stakeholders*.

Tema	Cenário		Sugestão de Melhoria
	Indicadores ETHOS de profundidade	Objetivos do Projeto Construindo o Futuro	
Consumidores e Clientes	As empresas possuem políticas formais de comunicação alinhada aos seus valores e princípios, que abrange todos os materiais de comunicação, tanto internos quanto externos. Estágio 2.	Aprimorar os planejamentos estratégicos e de marketing para definir ações a serem realizadas, no fortalecimento das relações institucionais e campanhas para melhoria da comunicação com os consumidores.	Buscar a coerência das ações para que a empresa institua valores e comunique-os à sociedade, criando uma imagem de credibilidade e confiança.

Quadro 9 – Tema 5 => Marketing

A consolidação de um modelo de responsabilidade social exige grandes investimentos empresariais. Mas não, somente, financeiros. Exige atitude, desejo de mudança e consciência de cidadania. Além de compromisso com a modernidade e com seus *stakeholders*, exige uma estratégia que incorpore o interesse articulado de todos em direção a sustentabilidade, ou seja, sobre sólido tripé: fortalecimento dos negócios, com equidade social e com qualidade ambiental. Sem a consideração harmônica destes fatores nos processos de tomada de decisão empresarial, não há marca ou negócio que se mantenha perene e lucrativo em todo o cenário internacional.

Dessa forma, os objetivos foram atingidos em toda sua extensão, desde a fundamentação teórica, estudo do caso, análise, diagnóstico e comparativo até as sugestões de melhoria para aplicação nos modelos de gestão das empresas, realizando-se assim o que se havia proposto.

5.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

O desenvolvimento deste trabalho revelou que a formatação de um Projeto como o do Construindo o Futuro, gera oportunidades de reavaliações de paradigmas e aberturas para novos conceitos, posturas e estratégias.

No entanto, a rapidez com que a tecnologia da informação e comunicação evolui, o tema da Responsabilidade Social tem despertado inúmeros estudos e pesquisas nesta área e muitos fatores necessitam ser conhecidos e/ou aprofundados, dentre eles, os relativos a este trabalho. Portanto, apresentou-se as seguintes recomendações para trabalhos futuros:

- reaplicar esta pesquisa no grupo de empresas do Projeto Construindo o Futuro após a conclusão de seus objetivos para uma futura comparação..
- introduzir projetos de ações sociais entre professores e estudantes de Engenharia.com a comunidade local e com parcerias empresariais..
- criar um banco de dados com práticas de responsabilidade social específico para o setor da construção civil.
- mensurar os impactos causados pelas ações sociais em canteiros de obra.
- .desenvolver um modelo de treinamento de pessoal para empresas de construção civil, visando a Responsabilidade Social.

A responsabilidade social tem como princípio da adesão voluntária pelo indivíduo ou organização. Portanto, as empresas têm o livre arbítrio de escolher seu modelo de gestão, cabendo aos indivíduos que a compõem a escolha pelo bom senso, pelo equilíbrio e pela sustentabilidade para alcançarmos um mundo melhor.

REFERÊNCIAS

ABNT NBR 16001 - **Responsabilidade Social – Sistema de Gestão – Requisitos**, Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), São Paulo, 2004.

INSTITUTO AKATU. INSTITUTO AKATU: **Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro Pesquisa 2005**. São Paulo, p. 40, 1ª edição, 2005.

AMBROZEWICZ, P. H. L. **Qualidade na prática: Conceitos e Ferramentas**. Curitiba, 2003.

ASHLEY, P. A.; QUEIROZ, A.; CARDOSO, A. J. G.; SOUZA, A. A. de; TEODÓSIO, A. S. S.; BORINELLI, B.; VENTURA, E. C. F.; CHAVES, J. B. L.; VELOSO, L. H. M.; ALIGLERI, L.; LIMA, P. R. S.; FERREIRA, R. N.. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

INSTITUTO ATKWHH. INSTITUTO ATKWHH **Gestão do Conhecimento - Compêndio para Sustentabilidade: Ferramentas de Gestão de Responsabilidade Socioambiental**. Disponível em www.institutoatkwhh.org.br/compendio/. Acesso em 14/01/2008.

AZAMBUJA G. A. **Responsabilidade Social: uma "filantropia" que ajuda a vender**, São Paulo, julho, 2005. Disponível em <http://www.comunicacaoempresarial.com.br>. Acesso em 22/10/05.

BARROS NETO, J. de P.; FORMOSO, C. T.; FENSTERSEIFER, J. E. **O conteúdo da estratégia de produção: uma adaptação para a construção de edificações. Ambiente Construído**, Porto Alegre, v. 2, n. 1, p. 39-52, jan./mar. 2002.

BARROS NETO, J.P. **Proposta de um modelo de formulação de estratégias de produção para pequenas empresas de construção habitacional**. 1999. 341 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1999.

BORCHARDT, H. **Um estudo sobre as informações que as empresas da região metropolitana de Curitiba evidenciam no balanço social enquanto instrumento de acompanhamento da sua responsabilidade social**. Florianópolis, 2002. 126 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina.

BOVESPA. **ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial**. Bolsa de Valores de São Paulo. Disponível em www.bovespa.com.br/principal.asp. Acesso em 03/03/2008.

BRASIL. **PBQP-H, Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat**. Disponível em http://www2.cidades.gov.br/pbqp-h/pbqp_apresentacao.php. Acesso em 01/03/08.

CARDOSO, L. **Códigos de conduta, responsabilidade empresarial e direitos humanos dos trabalhadores**. Revista da ABET. São Paulo , v. 2, n. 2, jul./dez. 2003), p. 61-90.

CBIC - CÂMARA BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO CIVIL - **A indústria da construção brasileira no início do século XXI: análise e perspectivas**. Belo Horizonte, 1998.

COHEN, D. **Deus Ajuda?** Revista Exame. São Paulo, v. 2, n 758, p. 20-30, jan.,2002.

CONSTRUTORA LAGUNA, Disponível em www.construtoralaguna.com.br. Acesso em 02/03/2008.

COSTA, D. B. **Diretrizes para concepção, implementação e uso de sistemas de indicadores de desempenho para empresas de construção civil**. – Porto Alegre : UFRGS/PPGEC, 2003.

CRAMER, J.; JONKER, J.; HEIJDEN, A. V. D. ***Making Sense of Corporate Social Responsibility***. *Journal of Business Ethics* 55: 215-222, 2004. *Kluwer Academic Publishers. Printed in the Neitherlands*.

DOI: 10.1007/s10798-004-5867-2 _ Springer 2005.

INSTITUTO ETHOS. INSTITUTO ETHOS. **Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial**, (4ª edição). Disponível em <http://www.uniethos.org.br>. Acesso em 20/07/06.

INSTITUTO ETHOS. INSTITUTO ETHOS. **Empresas da Construção Civil de Pernambuco investe na Afabetização de seus funcionários**. Caso Concreto. Notícias, n.º 119, Disponível em <http://www.ethos.org.br>, Acesso em 16/10/05.

INSTITUTO ETHOS. INSTITUTO ETHOS,. **Guia de Compatibilidade de Ferramentas**, 2004, Disponível em http://www.uniethos.org.br/Uniethos/Documents/Layout_Guia_Ferr.pdf. Acesso em 13/10/05.

INSTITUTO ETHOS. INSTITUTO ETHOS., **Indicadores Ethos de Responsabilidade Empresarial, 2007**, Disponível em <http://www.ethos.org.br/>. Acesso em 23/08/07.

FELIPE, D. L. **Os sistemas integrados de gestão (ISO14000, OHSAS18001) como indicadores de responsabilidade social (SA8000) em processos produtivos de indústrias de confecções no Espírito Santo - Brasil**. Florianópolis, 2001.160 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina.

FISHER, J. ***Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts***. *Journal of Business Ethics* 52: 391-400, 2004. *Kluwer Academic Publishers. Printed in the Neitherlands*.

FRAEDRICH, J.; FERRELL, L. e FERRELL, O. C. **Ética Empresarial: Dilemas, Tomadas de Decisões e Casos**. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora Ltda., 2001.

GAIOTO, F. R. **Da responsabilidade social à ética empresarial aplicada ao relacionamento com clientes em processos pós-vendas**: Estudo de caso do Procon-Pr. Florianópolis,, 2001. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina.

GOMES, E. M. **Ética e responsabilidade social**. Faculdade de Ciências Administrativas de Caratinga, 2004. Disponível em <http://www.ethos.org.br>, Acesso em 16/10/05.

GOWRI A. **When Responsibility Can't Do It**, *Journal of Business Ethics* 54: 33–50, 2004. *Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.*

HERZOG, A. L. **Tamanho é o que menos importa**. Revista Exame - Guia De Boa Cidadania Corporativa. São Paulo, v. 24, n 754, p. 74-75, nov,2001.

HOPKINS, M. **Difining indicators to assess socially responsible enterprises**. Kidlington: Futures, 1997.

IPEA, IBGE e FGV-Consult - **Informalidade na Construção Civil** - Conjuntura da Construção, Ano 3, N. 3, Setembro de 2005.

IRES (Instituto ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) de Responsabilidade Social). **VIII Edição da Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas**. São Paulo, 2007. Disponível em http://www.advbfm.org.br/arquivos/ires_pesquisa/VIII_Resultado_Ires_2007.pdf. Acesso em 10/02/08.

JONES P., COMFORT D. E HILLIER D. – **Corporate Social Responsibility and UK Construction Industry**, *Journal of Corporate Real Estate*, Vol 8, No. 3, 2006. *Esmerald Group Publishing Limited.*

LAROUSSE CULTURAL. **Dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1992.

MATTAR, H. **Os novos desafios da Responsabilidade Social Empresarial**. Reflexões, Instituto Ethos, São Paulo, ano 2, nº. 5, julho 2001.

MCINTOSH, M.; LEIPZIGER, D.; JONES, K. L. e COLEMAN, G.. **Cidadania corporativa** – estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora Ltda, 2001.

MIRANDA, G. P. **Responsabilidade Social Corporativa e Marketing Social: Reflexão para um Novo Tempo**. Rio de Janeiro, 2001. Trabalho de Graduação (Administração de Empresas).

NASCIMENTO, L. A.; LAURINDO, F. J. B.; SANTOS, E. T. **A Eficácia da TI na Indústria da Construção Civil**. III Simpósio Brasileiro de Gestão e Economia da Construção (III SIBRAGEC). UFSCar, São Carlos, SP - 16 a 19 de setembro de 2003.

NASCIMENTO, L.A.; SANTOS, E.T. **A Contribuição da Tecnologia da Informação ao Processo de Projeto na Construção Civil**. Workshop de Gestão do Processo de Projeto na Construção de Edifícios, São Carlos, 2001.

NAVARRO, G. P. **Proposta de Sistema de Indicadores de Desempenho para a Gestão da Produção em Empreendimentos de Edificações Residenciais**. 2005. 163 f. Trabalho de Conclusão (Mestrado em Engenharia) – Curso de Mestrado Profissionalizante em Engenharia, Escola de Engenharia, UFRGS, Porto Alegre, 2006.

NR-18, **Norma Regulamentadora 18**, Acesso em 29 de fevereiro de 2008, em <http://www.guiatrabalhista.com.br/legislacao/nr/nr18.htm>.

OLIVEIRA, A. B. S., coord. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Contabilidade**. São Paulo: Saraiva. 2003./

OLIVEIRA, K. A. Z. de. **Desenvolvimento e implementação de um sistema de indicadores no processo de planejamento e controle da produção**. Dissertação (Mestrado) – Curso de Pós Graduação em Engenharia Civil, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1999.

OLIVEIRA, O. J. de. **Influências do Projeto de Produção e do Projeto de Canteiro no Sistema Logístico da Construção de Edifícios**. Workshop de Gestão do Processo de Proj. na Construção de Edifícios, S. Carlos, 2001.

OLIVEIRA, O. J. de; MELHADO, S. B. **Modelo de Gestão para pequenas empresas de projeto de edifícios**. Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP. BT/PCC/416. São Paulo, 2005.

PAVLOVA M.: **Social Change: How Should Technology Education Respond?** *International Journal of Technology and Design Education* (2005) 15:199–215

PICCHI, F. A.; AGOPYAN, V. **Sistemas da Qualidade na Construção de Edifícios**. Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP. BT/PCC/104. São Paulo, 1993.

PONTES, J. **Proposta de modelo para priorização de ações de responsabilidade social da organização com base nas necessidades sociais da região onde está inserida**. Florianópolis, 2003. 120 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina.

PROJETO “CONSTRUINDO O FUTURO”, Disponível em <http://www.construindoofuturo.com> , Acesso em 17 de março de 2007.

REIS, P.F.; MELHADO, S. B. **Análise do Impacto da Implantação de Sistemas de Gestão da Qualidade nos Processos de Produção de Pequenas e Médias Empresas de Construção de Edifícios**. Congresso Latino-Americano de Tecnologia e Gestão na Produção de Edifícios, 1998. USP – São Paulo.

ROBSON, C. **Real World Research.: a resource for social scientists and practitioner**. Oxford: Blackwell, 1993.

ROCHA, C.A.; SAURIN, T.A.; FORMOSO, C.T. Avaliação da aplicação da NR-18 em canteiros de obras. In: **XX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Paulo, 2000.**

SANTOS, A. R. **A hegemonia institucional, a responsabilidade social e o compromisso ético da organização produtiva.** Florianópolis, 2003. 248 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

SAURIN, T. A. **Método para diagnóstico e diretrizes para planejamento de canteiros de obras de edificações.** Porto Alegre, RS. PPGEC/UFRGS. 1997. 158p., il. Dissertação (Pós-graduação em Engenharia Civil) - Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1997.

SEBRAE-SP, **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Estatuto**, 2008, Disponível em (<http://www.sebraesp.com.br/>). Acesso em 20/01/08.

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. **Estudo setorial da construção civil:** características estruturais do setor. Rio de Janeiro: 1995.

SERRA, S.M.B.; PALIARI, J.C. **Desenvolvimento de Ferramentas Gerenciais para o Projeto do Canteiro de Obras.** Workshop de Gestão do Processo de Projeto na Construção de Edifícios, São Carlos, São Paulo, 2001.

SILVA, F. B. da; CARDOSO, F. F. **Ferramentas e Diretrizes para a Gestão da Logística no Processo de Produção de Edifícios.** Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP. BT/PCC/263. São Paulo, 2000.

SINDUSCON-PR, **Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado do Paraná**, Disponível em: <http://www.sinduscon-pr.com.br> Acesso em: 12 fev. 2007.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. **SA 8000: Responsabilidade social.** New York, 2001.

URSINI, T. R.; SEKEGUCHI, C.: **Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: Rumo à Terceira Geração de Normas ISO.** São Paulo: Coleção Uniemp Inovação, 2^o. volume, 2005

VOGEL D. **The low value of virtue.** Havard Business Review 83 (6), jun, 2005.

WHITE, A. L. **Fade, Integrate or Transform? The Future of CSR. Business for Social Responsibility**, 2005. Disponível em <http://www.bsr.org>, Acesso em 12/10/05.

YAMAUCHI V. **A Gestão do Conhecimento e a Inovação Organizacional na Construção Civil. Curitiba, 2003.** Dissertação (Mestrado). Pós-Graduação em Construção Civil, Universidade Federal do Paraná. 2003.

YIN, Robert K., **Estudo de caso Planejamento e Método**, 3^o Ed. SP, Bookman, 2005.

ZAWISLAK, P. A., Gestão tecnológica para empresas de tecnologia estabilizada. **In: XIX Simpósio de gestão da inovação tecnológica.** São Paulo, 22-25 de outubro de 1996.

APÊNDICE B - Carta Convite



PESQUISA SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CONSTRUÇÃO CIVIL

Prezados Senhores:

Estamos realizando uma pesquisa cujo objetivo é avaliar o atual estágio da responsabilidade social na construção civil (foco em construtoras), no grupo de empresas participantes do projeto “Construindo o Futuro” em parceria com o SEBRAE e SINDUSCON, com sede em Curitiba. O produto dessa investigação será uma dissertação que está sendo elaborada por Quirino O. Silva Junior, sob a orientação da Prof(a). Dra. Maria do Carmo Duarte Freitas para o Programa de Mestrado em Construção Civil da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Para tanto, estamos utilizando o questionário dos Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos para o setor da Construção Civil e solicitamos sua participação.

Empresa: _____
 Área de atuação: _____
 Nome do respondente: _____
 Cargo em que ocupa: _____
 e-mail: _____
 Telefone: _____ Data: _____

ANEXO A - Pesquisa Sobre Responsabilidade Social na Construção Civil

INDICADORES			
1 Valores , Transparência e Governança.			
1.1 Compromissos éticos.	SIM	NÃO	Não se aplica
1.1.1 A empresa conhece e aplica as normas técnicas e legislações específicas para cada modalidade de empreendimento.			
1.2 Diálogo com as partes interessadas.	SIM	NÃO	Não se aplica
1.2.1 A empresa possui um mapeamento de stakeholders ¹ por projeto de construção.			
1.3 Relações com a concorrência.	SIM	NÃO	Não se aplica
1.3.1 A empresa participa ativamente de seus programas setoriais de qualidade (PSQ/SiQ do PBQP-H).			
2 Público Interno			
2.1 Relações com sindicatos	SIM	NÃO	Não se aplica
2.1.1 A empresa possui comissão de obras garantida por acordo coletivo.			
2.2 Gestão participativa	SIM	NÃO	Não se aplica
2.2.1 A empresa possui programa para estimular e reconhecer sugestões dos empregados para melhoria de seus processos internos voltados para o pessoal de escritório.			
2.2.2 A empresa possui programa para estimular e reconhecer sugestões dos empregados para melhoria de seus processos internos voltados para o pessoal de obra.			
2.3 Valorização da diversidade	SIM	NÃO	Não se aplica
2.3.1 A empresa possui política explícita de não discriminação contribuindo assim para a inserção de mulheres em todas as atividades, inclusive na produção em canteiro de obras.			
2.3.2 A empresa possui política explícita de não discriminação contribuindo assim para a diversidade de gênero, raça e idade principalmente para cargos de nível superior.			
2.4 Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	SIM	NÃO	Não se aplica
2.4.1 A empresa possui programa de conscientização sobre higiene (geral) nos canteiros de obras.			
2.4.2 A empresa possui programa de conscientização e treinamento sobre segurança no trabalho.			
2.4.3 A empresa oferece alojamentos adequados, refeitórios, área de lazer e possui programa de qualidade de vida em seus canteiros de obras.			
2.4.4 A empresa possui programa de conscientização dos empregados sobre a questão do alcoolismo.			

2.4.5 A empresa inspeciona periodicamente a correta utilização dos equipamentos de segurança (EPC/EPI) por seus funcionários nos canteiros de obras advertindo-os quando necessário.			
2.4.6 A empresa promove campanhas de conscientização e educação sobre a questão das DST's, HIV/AIDS, higiene envolvendo inclusive a família dos funcionários.			
2.4.7 A empresa oferece acompanhamento psicológico em casos de acidente de trabalho e em problemas de ameaças e desavenças entre funcionários.			
2.5 Comportamento frente a demissões	SIM	NÃO	Não se aplica
2.5.1 A empresa presta auxílio aos ex-empregados que não conseguiram recolocação para voltar a sua região de origem, se o desejarem?			
3 Meio Ambiente			
3.1 Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental	SIM	NÃO	Não se aplica
3.1.1 A empresa possui parcerias com organizações (ONGs, Universidades, Governo, Organizações Multilaterais - ex.: PNUMA, Instituições Públicas de Pesquisa, etc) para promover o desenvolvimento sustentável em seu setor de atuação.			
3.1.2 A empresa possui agendas ambientais distintas para cada obra.			
3.1.3 A empresa recorre a especialistas submetendo seus projetos para análise prévia de impacto ambiental tendo esse parecer o poder de decisão quanto à realização ou não realização da obra.			
3.2 Educação e conscientização ambiental	SIM	NÃO	Não se aplica
3.2.1 A empresa insere a questão ambiental no Manual de Entrega do Empreendimento.			
3.3 Gerenciamento do impacto ambiental	SIM	NÃO	Não se aplica
3.3.1 A empresa discute com a contratante questões sobre a eficiência ambiental do empreendimento em operação apresentando propostas e melhorias para a mesma.			
3.3.2 A empresa é certificada pela série NBR ISO14000.			
3.4 Minimização de entradas e saídas de materiais	SIM	NÃO	Não se aplica
3.4.1 A empresa tem programa de educação e conscientização ambiental e coleta seletiva em seu escritório e em todos os canteiros de obras.			
3.4.2 A empresa tem programa de destinação adequada e controlada de todas as fases da gestão de resíduos em todos os canteiros de obras.			
3.4,3 A empresa tem programa para minimizar a geração de resíduos, maximizar a reutilização e reciclagem, assim como, definir a destinação final adequada aos mesmos em atendimento à resolução do Conama ² - Conselho Nacional do Meio Ambiente nº 307.			
3.4.4 A empresa tem programa formal de controle e redução de perdas de materiais utilizados em suas obras.			
3.5 Desenvolvimento sustentável no setor de Construção Civil	SIM	NÃO	Não se aplica
3.5.1 A empresa faz pesquisas e levantamentos para estruturação de projetos sustentáveis, adequando os anseios e possibilidades do público- alvo de acordo com necessidades de preservação ambiental da área do empreendimento, compatibilizando custos e resultados com os riscos a ele associados.			
3.5.2 A empresa contempla em seus projetos os aspectos relacionados ao uso racional de água e energia (obra e implantação).			

3.5.3 A empresa desenvolve em seus empreendimentos projetos que garantam que seja mantida uma proporção da área verde/mata nativa do local, ou, até mesmo, programas de reflorestamento para resgate da mata original, na ausência de matas nativas, aproveitando o espaço físico para preservação ambiental da área.			
3.5.4 A empresa procura reutilizar a camada do solo de origem vegetal orgânica, que é retirada do local da obra durante os serviços de terraplenagem, em praças e jardins do próprio empreendimento ou públicos.			
3.5.5 Realiza pesquisas e desenvolve ações para que os trabalhos de terraplenagem e aterros evitem erosões nas áreas das obras.			
3.6 Utilização da madeira	SIM	NÃO	Não se aplica
3.6.1 A empresa tem programa para substituição de madeiras conservadas com venenos à base de cromo e arsênico.			
3.6.2 A empresa, ao definir o tipo de madeira a ser utilizada, considera as características das peças a serem detalhadas para adequar o projeto às medidas das peças disponíveis no mercado com o objetivo de evitar perdas por cortes e emendas desnecessárias?			
3.6.3 A empresa tem política de compra de madeiras somente de empresas que possam comprovar a origem das mesmas, seja por meio de certificação legal (FSC, SOF, Cerflor etc) ou de um plano de manejo aprovado pelo Ibama, com a apresentação de nota fiscal e documento de transporte.			
3.6.4 A empresa utiliza espécies de madeiras alternativas às tradicionais que se encontram sob pressão de exploração?			
4 Fornecedores			
4.1 Critérios de seleção e avaliação de fornecedores	SIM	NÃO	Não se aplica
4.1.1 Em relação à política de compras, a empresa tem como norma verificar a procedência do material com o objetivo de evitar a utilização de insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais, fruto de contrabando, etc.			
4.1.2 A empresa tem política de compras que privilegiem fornecedores participantes dos respectivos PSQ do PBQP-H ou outros de âmbito local.			
4.2 Relações com trabalhadores terceirizados	SIM	NÃO	Não se aplica
4.2.1 A empresa tem política formal para a observância de aspectos legais na contratação de mão-de-obra terceirizada acompanhada por indicadores de qualidade e focada na questão da especialização da atividade.			
5 Consumidores e Clientes			
5.1 Política de comunicação social	SIM	NÃO	Não se aplica
5.1.1 A empresa tem a preocupação de atualizar periodicamente os materiais informativos enviados aos clientes.			
5.1.2 A empresa fornece informações adequadas sobre as condições efetivas em obra para a elaboração do "Manual do Síndico".			
5.1.3 Desenvolve propagandas e campanhas de marketing de seus empreendimentos de forma que não venham a gerar falsas expectativas para os clientes.			
5.1.4 A empresa procura ser clara e objetiva em suas campanhas publicitárias para não induzir os compradores ao erro em seus investimentos.			
5.1.5 A empresa procura em seus projetos desenvolver empreendimentos que atendam de uma mesma forma necessidades básicas dos públicos- alvo (como saneamento básico, água encanada, energia elétrica, acessibilidade ao local, segurança, acesso pavimentado, lazer) independentemente de sua classe social, entendendo que estas necessidades básicas devem ser tratadas com padrão de excelência a todos os clientes da empresa.			

5.1.6 Antes do lançamento de projetos faz pesquisas cuidadosas sobre a oportunidade do mercado e a preparação das estimativas financeiras para oferecer e cumprir preços justos que atendam aos objetivos da empresa sem prejudicar o público-alvo.			
5.2 Sobre promoções de vendas de imóveis nas ruas	SIM	NÃO	Não se aplica
5.2.1 A empresa busca alternativas de promoção de vendas que substituam a utilização de placas de divulgação em calçadas e distribuição de folhetos em faróis, contribuindo para minimizar riscos de acidentes com pedestres, poluição visual e sujeira das vias públicas.			
5.3 Excelência do atendimento	SIM	NÃO	Não se aplica
5.3.1 A empresa possui área de atendimento estruturada para solucionar questões como reclamações/ações judiciais?			
5.3.2 Garante a escrituração adequada dos imóveis aos clientes (regularidades e certificados do produto entregue em todas as instâncias).			
5.3.3 A empresa subscreve sistematicamente apólice de seguro garantindo a entrega de suas obras aos clientes.			
5.3.4 Presta serviço estruturado de atendimento pós-entrega do empreendimento.			
5.4 Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços	SIM	NÃO	Não se aplica
5.4.1 Tem em seus empreendimentos a preocupação de desenvolver projetos que proporcionem ambientes saudáveis e confortáveis para os clientes (iluminação, umidade, ventilação, ruídos, acesso, etc).			
5.4.2 Contempla em seus projetos espaços exclusivos para os futuros empregados do empreendimento descansarem, fazerem suas refeições, desfrutem de lazer, etc..			
6 Comunidade			
6.1 Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno	SIM	NÃO	Não se aplica
6.1.1 A empresa tem processo formal de análise de possíveis impactos sociais decorrentes de suas atividades.			
6.1.2 A empresa realiza estudos sobre os possíveis impactos sociais decorrentes do início das atividades de um canteiro de obras e procura interagir antecipadamente com organizações locais (governo, ONGs, postos de saúde, escolas, etc) para minimizá-los.			
6.1.3 A empresa realiza estudos sobre os possíveis impactos sociais decorrentes do encerramento das obras procurando interagir antecipadamente com organizações locais para minimizar os passivos sociais decorrentes.			
6.1.4 A empresa tem programa para privilegiar a contratação de mão-de obra local dando-lhes a devida capacitação.			
6.1.5 A empresa faz treinamentos sistemáticos de seus funcionários de obra sobre não desrespeito a regras de conduta relativas a aspectos como consumo de bebida alcoólica, respeito à comunidade local, etc.			
6.1.6 A empresa interage ativamente com a empresa contratante da obra sobre questões/preocupações sociais alertando sobre necessidade de providências em relação aos impactos sociais das atividades.			
6.1.7 A empresa tem processo formal de consulta e diálogo com a comunidade de entorno sobre os possíveis impactos socioambientais relativos à obra antes do início das atividades com o objetivo de corrigir ou minimizar esses impactos por meio de alteração do projeto em concordância/entendimentos com o contratante.			
6.1.8 A empresa tem política formal para monitorar e compensar os impactos advindos de suas atividades em equipamentos públicos como ruas, estradas, rodovias, sistema de abastecimento de água, etc.			

6.1.9 A empresa tem processo formal de análise de possíveis impactos causados ao ambiente urbano decorrente de suas atividades.			
6.1.10 Procura manter as instalações das redes de luz, força e telecomunicações subterrâneas para diminuir a poluição visual do empreendimento.			
7 Governo e Sociedade			
7.1 Práticas anticorrupção e propina	SIM	NÃO	Não se aplica
7.1.1 O Código de Ética da empresa contempla questões sobre ética no relacionamento com agentes do poder público.			
7.2 Liderança e influência social	SIM	NÃO	Não se aplica
7.2.1 A empresa articula, apóia ou interage com as municipalidades ou estados na elaboração de políticas de gestão de resíduos, como, por exemplo, a implantação de ATTs - Áreas de Transbordo e Triagem, para encaminhamento dos resíduos da construção civil, para que possam ser segregados, reutilizados, reciclados ou que tenham a correta destinação.			
7.2.2 A empresa articula, apóia ou interage com as municipalidades ou estados na elaboração de políticas de valorização urbana, tais como revitalização de centros históricos, recuperação de monumentos, etc.			
7.3 Participação em projetos sociais governamentais	SIM	NÃO	Não se aplica
7.3.1 A empresa interage com organismos setoriais e com o governo para melhoria e formulação de políticas públicas para a melhoria dos índices de habitação.			

Glossário:

1) STAKEHOLDERS:

Representa todos os intervenientes na produção da empresa e todos aqueles sobre os quais ela tem de alguma forma uma repercussão.

2) RESOLUÇÃO CONAMA N^o. 307, DE 5 DE JULHO DE 2002 - Vigência: 02/ janeiro/2003)

Dispõe sobre procedimentos para o licenciamento ambiental de aterros de resíduos inertes e da construção civil.