

UNIVERSIDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
Instituto de Estudos Tecnológicos de Juiz de Fora
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental

FÁBIO DE OLIVEIRA PINHO

A MG INDÚSTRIA MECÂNICA LTDA X
RESPONSABILIDADE AMBIENTAL EMPRESARIAL

JUIZ DE FORA
2010

FÁBIO DE OLIVEIRA PINHO

**A MG INDÚSTRIA MECÂNICA LTDA X
RESPONSABILIDADE AMBIENTAL EMPRESARIAL**

Relatório de Estágio apresentado ao
Curso de Tecnologia em Gestão
Ambiental, da Universidade Presidente
Antônio Carlos de Juiz de Fora, como
um dos requisitos para a obtenção do
título de Tecnólogo em Gestão
Ambiental

Professor Orientador: Alexandre de Andrade Cid

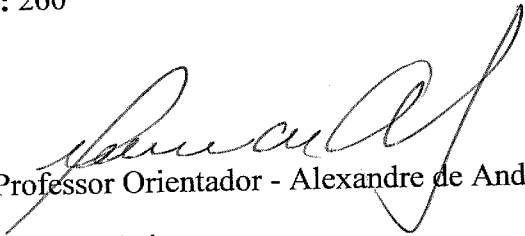
**JUIZ DE FORA
2010**

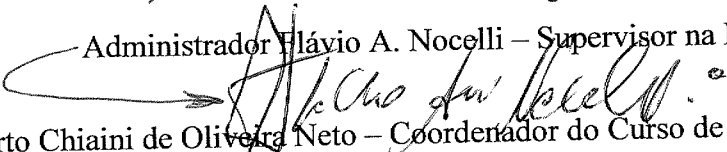
UNIVERSIDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
Instituto de Estudos Tecnológicos de Juiz de Fora
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental

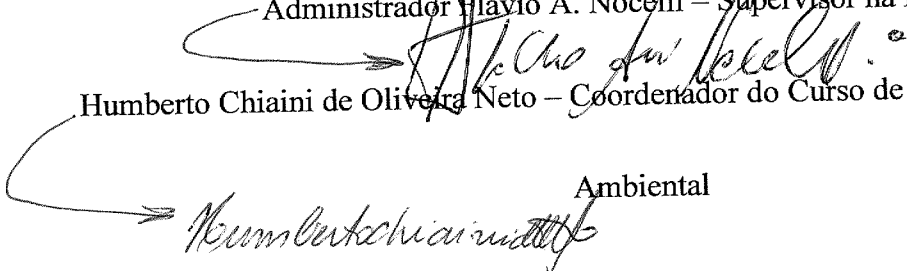
FÁBIO DE OLIVEIRA PINHO

A MG INDÚSTRIA MECÂNICA LTDA X
RESPONSABILIDADE AMBIENTAL EMPRESARIAL

Local de Realização: MG Indústria Mecânica Ltda.
Período do estágio: 01 de Setembro de 2010 a 30 de outubro de 2010
Duração em Horas: 260


Professor Orientador - Alexandre de Andrade Cid


Administrador Flávio A. Nocelli – Supervisor na Empresa


Humberto Chiaini de Oliveira Neto – Coordenador do Curso de Tecnologia em Gestão

Ambiental

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	01
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	03
2.1 MARKETING SOCIAL.....	03
2.2 PLANEJAMENTO AMBIENTAL.....	04
2.3 RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL.....	08
2.3.1 DIMENSÕES CONCEITUAIS DA RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL EMPRESARIAL.....	10
2.4 FUNDAMENTOS HISTÓRICOS DA RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL EMPRESARIAL.....	13
3 A EMPRESA.....	17
3.1 HISTÓRICO.....	17
3.2 SISTEMA DE QUALIDADE.....	18
3.3 EQUIPAMENTOS.....	18
3.4 ANÁLISE.....	19
5 CONCLUSÃO.....	21
AGRADECIMENTOS.....	22
REFERÊNCIAS.....	23

RESUMO

O presente trabalho consiste em um relatório do estágio realizado junto a MG Indústria Mecânica Ltda., uma empresa que opera na indústria metalúrgica especializada em desenvolvimento, nacionalização e fabricação de peças industriais. Na atualidade, devido ao avanço técnico científico, percebe-se que o consumo aumentou, e consequentemente também tem se elevando a produção de lixo, e poluentes. Perante esta realidade, as empresas contemporâneas buscam desenvolver formas de minimizar os impactos de suas ações sobre o planeta, como forma de melhorar as condições de vida da população, bem como melhorar sua imagem perante o público consumidor. Neste contexto as organizações estão buscando programar a responsabilidade ambiental, como forma de investir em marketing social, e ainda, minimizar os impactos causados. Assim este relatório buscou apresentar uma análise, se e de que forma a MG Indústria Mecânica Ltda., busca minimizar os impactos por ela causados ao meio ambiente, tornando-se assim, uma empresa que prima pela responsabilidade sócio-ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social. Marketing social. Planejamento ambiental.

ABSTRACT

This work is a report of the training held at the MG Mechanical Industry Ltda., A company that operates in the metallurgical industry specializing in developing, manufacturing and nationalization of industrial parts. Currently, due to technical advancement of science, which can be seen that consumption has increased, and consequently has also been increasing production of waste and pollutants. Faced with this reality, companies trying to develop has contemporary ways to minimize the impacts of their actions on the planet as a way to improve living conditions on the planet, as well as improve its image before the public consumer. In this context, organizations are seeking to implement environmental responsibility as a way of investing in social marketing, and also minimize the impacts. So this report sought to present an analysis, if and how the MG Mechanical Industry Ltda., Seek to minimize the impact it caused to the environment, thus becoming a company that strives for social and environmental responsibility.

KEYWORDS: social responsibility. Social marketing. Environmental planning.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho consiste em um relatório do estágio realizado junto a MG Indústria Mecânica Ltda., uma empresa que opera na indústria metalúrgica especializada em desenvolvimento, nacionalização e fabricação de peças industriais.

Na atualidade, devido ao avanço técnico científico, o que se pode observar que o consumo aumentou, e conseqüentemente também tem se elevando a produção de lixo, e poluentes.

A este respeito Fagundes (2009) escreveu que devido ao crescimento da população mundial, observou-se o aumento da produção de bens e serviços, devido aos avanços tecnológicos.

Ainda deliberando sobre as questões do desenvolvimento e degradação ambiental, Fagundes (2009, p. 05) ainda argumentou:

Os resíduos dos processos industriais que antes eram praticados, por serem em sua maioria de origem natural, não causavam grandes impactos ao ambiente; já os resíduos dessa nova concepção de produção, com sua vasta gama de formas e composições repercutiram de maneira violenta, em poucas décadas, no equilíbrio ambiental do planeta.

Diante desta realidade, as empresas contemporâneas buscam desenvolver formas de minimizar os impactos de suas ações sobre o planeta, como forma de melhorar as condições de vida da população, bem como melhorar sua imagem perante o público consumidor.

Para Fagundes (2009, p.06) neste contexto surgiu “um novo perfil de consumidor que, mais consciente e preocupado com a questão ambiental, agrega valor de estima aos produtos ecologicamente corretos tornando esse um dos fatores de influência na competitividade entre as empresas”.

Neste contexto as organizações estão buscando programar a responsabilidade ambiental, como forma de investir em marketing social, e ainda, minimizar os impactos causados.

Devido a essa nova realidade as empresas estão vivenciando essa dicotomia da sustentabilidade: de um lado, no âmbito ambiental, o dever responsável para com o meio ambiente, em resposta à satisfação dos clientes; de outro lado, no âmbito econômico, as imposições legais e o valor desses procedimentos, que contribuem para aumentar seus custos (FAGUNDES, 2009, p. 07).

Assim este relatório buscou apresentar uma análise, se e de que forma a MG Indústria Mecânica Ltda., busca minimizar os impactos por ela causados ao meio ambiente, tornando-se assim, uma empresa que prima pela responsabilidade sócio-ambiental.

Para uma melhor estruturação do relatório o mesmo foi dividido em seções, em que a primeira consistiu em introduzir o trabalho. A segunda foi dedicada a uma revisão de literatura. Sendo a terceira divisão destinou-se a apresentação da MG Indústria Mecânica Ltda., e da análise, em que se buscou verificar se a mesma se compromete com os preceitos da responsabilidade social ambiental.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 MARKETING SOCIAL

Segue um estudo sobre o marketing social e suas relações com a Responsabilidade Social das Empresas, onde se buscará demonstrar como tal temática torna-se um importante aliado para as empresas no século XXI.

De acordo com Kotler e Armstrong (2007), o marketing, mais do que outra função do negócio, lida com os clientes. Criar valor e satisfação para o cliente é o ponto central do pensamento e da prática do marketing moderno, que tem por meta atrair novos clientes e ter foco em inovação, criação de valor superior e manter os clientes atuais dando-lhes satisfação e superação em relação às suas expectativas.

Nota-se, portanto, que a função primeira do marketing é atender os desejos e necessidades do consumidor, em todos os níveis, ou seja, a satisfação ambiental, cultural e social, além do simples consumo de produtos. Neste contexto nos últimos anos, uma das formas de marketing que vem mais se destacando é o chamado marketing social, que busca determinar a ampliação da atuação social das empresas, de forma eficiente, criando assim uma identidade positiva perante o público.

O marketing social tem a função de colocar a marca na empresa e não nos produtos; define a companhia como uma organização séria, um cidadão corporativo, uma empresa com conteúdo, com integridade. Nesta era, devido ao culto à individualidade, empresas serão vistas e julgadas pelos mesmos padrões que costumamos julgar indivíduos, ou seja, não pelo que você faz, mas pelo que você é (TREVISAN, 2002, p. 13).

As organizações devem usar de forma inteligente sua atuação social, como estratégia competitiva e de comunicação de compromisso com a cidadania empresarial. “As primeiras empresas a investir no marketing social serão as primeiras a abraçar as causas de maior impacto, as “melhores causas”, sob o ponto de vista do marketing” (TREVISAN, 2002, p. 12).

Contudo é necessário que as empresas busquem informar ao público sobre sua atuação social, pois para que o consumidor também possa cumprir a sua responsabilidade social, ele deve ter informação e conhecimento.

As necessidades humanas e os desejos que os levam ao consumo de produtos são individuais e alicerçados em valores culturais e sociais. Assim, atualmente, para ser competitiva e alcançar os resultados financeiros estrategicamente delineados, a empresa precisa relacionar sua marca a valores éticos.

Por meio do marketing social as empresas podem se dedicar a causas sociais específicas e efetivamente desenvolver ações que traduzam a sua política, sua cultura, de maneira eficaz perante o mercado. As ações sociais da empresa devem ser tratadas de modo transparente, que irão lhe conferir credibilidade e uma boa imagem perante o público consumidor.

2.2 PLANEJAMENTO AMBIENTAL

Para que seja possível desenvolver este relatório e chegar a conclusões sobre a hipótese levantada, ou seja, como minimizar a interferência do homem no meio ambiente, faz-se necessário apresentar este estudo referente ao que seja meio ambiente e como o mesmo tem sido degradado ao longo dos anos, pela ação humana.

A princípio aponta-se o conceito de meio ambiente, segundo Valenti (1984), até o século XX, a expressão *meio ambiente* foi utilizada com a conotação de meio natural. Mas, também se incluem os recursos construídos pelo homem, tais como cidades, casas e padrões comportamentais das populações.

A ação das empresas na fase do atual capitalismo é sentida direta ou indiretamente em todos os lugares do mundo, ordenando novamente as formas de organização dos espaços e submetendo-se a uma lógica de acumulação mundial. O caminho imposto pelo grande capital ao espaço faz com que os diversos lugares estejam subordinados a algo que não está em harmonia com as suas sociedades e seus limites naturais de exploração de riquezas. Tal movimento raramente respeita as limitações sociais ou naturais dos lugares, impondo com violência às sociedades e ao meio (FARIA, apud NEIMAN, 2002, p.05).

As riquezas naturais presentes nos diversos territórios são exploradas para a produção de lucro. Ao transformar os elementos naturais em recursos, o capital ignora os limites de exploração e gera grandes catástrofes ambientais (FARIA, apud NEIMAN, 2002, p. 05).

De acordo com FARIA (apud NEIMAN 2002, p.05), a velocidade é um elemento central na competitividade mundial, onde o ritmo de exploração que vem sendo imposto deve ser visto como violência na medida em que ele não pode ser acompanhado pela capacidade de reprodução dos sistemas naturais, nem pelas sociedades. Desse descompasso resulta uma crescente degradação do meio ambiente. Este é um dos grandes motivos que a cada dia aumenta a preocupação da humanidade com relação ao ambiente em que esta vive.

Contudo, a sociedade capitalista, na busca desordenada pelo lucro e recompensa em um período de tempo tido como “em alta velocidade”, representa para a humanidade, conseqüências grandes e notórias, as quais causam impactos negativos para o meio ambiente e o ser humano.

Os impactos à natureza são parte da exploração que se tem sobre ela. Evidente que os recursos são necessários para a sobrevivência no Planeta, mas o que está sendo discutido é a forma como os mesmos são retirados do ambiente e a velocidade com que isso é feito.

A natureza aparece cada vez mais como forma ideal de equilíbrio, uma espécie de paraíso para o qual os seres humanos representam uma grande ameaça, pois não fazendo parte de sua dinâmica, suas ações são sempre de construção de desequilíbrios, de decomposição da ordem (FARIA, apud NEIMAN, 2002, p. 07).

Contudo, o referido autor, afirma que não se pode falar em separação da natureza e da sociedade, porque analisá-las independentemente significa uma perda de sua materialidade e de seu verdadeiro significado, afinal ambas caminham lado a lado. Portanto, deve-se tê-las em constante harmonia. Neste sentido, procurar promover a preservação ambiental, por meio de um planejamento excludente da raça humana, é negar que o homem seja um ser natural e, portanto parte integrante da natureza.

Porém, a partir do momento que os seres humanos não trabalham de forma harmônica com a tecnologia e o meio ambiente, surgem desequilíbrios da natureza, uma desorganização da produção social do espaço e uma exploração desmedida dos recursos.

Por outro lado, tem-se a visão pessimista porque os agentes econômicos visam apenas o lucro instantâneo, e estes por via de regra, causam uma grande degradação do meio ambiente.

Com a grande corrida para se obter lucro, nota-se o aumento da capacidade de exploração dos recursos naturais, desenvolvimento da tecnologia, no que diz respeito tanto as quantidades como aos ritmos de produção, transformando tais recursos em um produto delicado, levando-se em conta a sua degradação.

Nos dias atuais, a preocupação com a proteção ao meio ambiente atingiu níveis nunca antes pensados, afinal, a busca pela conservação está cada vez mais acentuada. Estudiosos tem se dedicado à análise do problema na tentativa de reverter ou até mesmo retardar o progresso de degradação do meio ambiente (ASSIS, 2000, p.15).

Dessa maneira, surgiu a responsabilidade do homem em zelar pelo patrimônio ambiental e ecológico do Planeta.

Manifestações e movimentos refletindo a preocupação com a preservação de espécies no final do século XIX culminaram na criação de Unidades de Conservação e, no século XX, principalmente nas regiões mais industrializadas, deram destaque às questões relacionadas à qualidade de vida (RABINOVICI, apud NEIMAN, 2002, p.43).

A partir do momento que se torna nítida a questão da conscientização da sociedade como um todo, vem à consequência dos atos tomados por cada indivíduo, o que resulta em sua responsabilidade. É assim que a sociedade vai cada vez mais interferindo na busca da conservação do meio ambiente. Como consequências desse fato temos: o surgimento das discussões acerca do turismo sustentável, políticas de planejamento ambiental, revitalização de áreas completamente degradadas dentre outras.

Para garantir essa preservação, a legislação brasileira avançou muito na questão da proteção ambiental, seja por disposições introduzidas na Constituição atual, seja por meio do CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente -, criado em agosto de 1981 e que tem autoridade sobre órgãos federais, estaduais e municipais, bem como sobre entidades privadas para exigir o EPIA – Estudo Prévio de Impacto Ambiental – e o respectivo RIMA – Relatório de Impacto Ambiental. Esses dois relatórios são recomendados para empreendimentos de grande porte (os casos mais simples e rotineiros devem ser licenciados conforme a tradição determina) e devem ser elaborados por equipe multidisciplinar e divulgados ao público (AULICINO, 2001, p. 62).

Destaca-se a responsabilidade civil que surgiu a partir de uma preocupação com o crescimento desordenado e da degradação do meio ambiente e conseqüentemente a adoção de medidas legais a serem tomadas nesse sentido. "Em princípio, a responsabilidade exprime a obrigação de determinada pessoa responder por um fato ou ato ofensivo e reparar o prejuízo dele decorrente ao lesado" (CUSTÓDIO, 1983, p. 16-17).

A responsabilidade civil é a que impõe ao infrator a obrigação de ressarcir o prejuízo causado por sua conduta ou atividade. Destaca-se a importância do dano como elemento fundamental da responsabilidade civil (ASSIS, 2000, p.25).

Contudo, quando existe a responsabilidade pelo ato praticado de certo indivíduo, significa dizer que há uma criação de um limite para as atitudes do agente causador do dano.

A responsabilidade pelos danos ambientais apura-se por meios processuais, segundo o princípio da legalidade e o princípio da garantia de acesso à jurisdição. Mas, se os meios processuais constituem, por regra, um sistema de controle sucessivo da proteção ambiental, algumas vezes podem também servir de instrumentos de controle preventivo, nas hipóteses em que se admite a tutela cautelar destinada a evitar o dano ambiental (ASSIS, 2000, p.49).

O resultado que se almeja com o trabalho de apoio dos movimentos sociais e instituições representativas dos interesses da comunidade, depende da forma como é elaborado em cada fase de sua realização, em outras palavras, há diferentes participações de profissionais de diversas áreas do conhecimento, flexibilidade no planejamento e até mesmo uma postura que valorize mais o processo de tomada de decisões do que os rígidos objetivos de conservação. Assim sendo, percebe-se que as organizações representativas da sociedade na implantação e administração de espaços naturais conservados pelas comunidades são um dos aspectos primordiais a serem considerados nesta pesquisa, pois são fortes aliados na busca de alternativas técnicas e econômicas para o êxito da proteção do meio ambiente em geral (RABINOVICI, apud NEIMAN, 2002, p.51).

Nos últimos anos observou-se um crescimento muito grande da preocupação social com relação aos danos que o processo de desenvolvimento vem causando ao meio ambiente. A cada dia diversos grupos se organizam para lutar por questões relativas à

degradação ambiental. Só recentemente começou a se formar uma crítica mais elaborada, mais ampla, que visa a compreender essa questão como um problema referente não apenas à natureza, mas ao nosso modelo de desenvolvimento (FARIA apud NEIMAN, 2002, p.03).

Contudo, essa questão com a preocupação ambiental pode ser considerada nova quando comparada à própria existência do ser humano como elemento dominador do planeta. Visto que, na realidade, nas últimas décadas o homem passou a reconhecer a verdadeira necessidade de conservação do ambiente em que vive.

Visto que a sobrevivência do homem, e as atividades econômicas desenvolvidas por este, estão intrinsecamente ligadas ao meio ambiente, passa-se agora a analisar tal questão do ponto de vista da Responsabilidade social das empresas.

2.3 RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

A questão ambiental está cada vez mais presente no cotidiano da população das nossas cidades no que se refere ao desafio de preservar a qualidade de vida. Onde um dos principais agentes de poluição são as empresas.

Ao longo dos séculos as atividades econômicas foram instaladas e mantidas sem qualquer preocupação com seus efeitos sobre o meio natural. Com isso, encontram-se hoje grandes extensões de águas correntes e solos totalmente (ou em vias de tornarem-se) improdutivos ou inabitáveis em função dos dejetos poluentes deixados por empresas que ali estavam (ou estão) sediadas. O ar carregado de grandes teores de emissões tóxicas, em algumas regiões, provocou (e ainda provoca) elevada quantidade de casos de doenças respiratórias e dermatológicas (RIBEIRO, LISBOA, 1999, p. 12)

Nota-se, portanto que embora as relações e meio ambiente seja próximas, não se pode dizer que estas demonstrem um elevado grau de preocupação ambiental, o que ao longo dos anos foi gerando múltiplos impactos negativos.

Contudo devido às pressões sociais, de organismos não governamentais e poder público esta realidade está mudando, e muitas empresas têm procurado minimizar os impactos por ela causada no meio ambiente.

Os efeitos da interação da empresa com o meio ambiente podem ser identificados por meio: dos estoques de insumos antipoluentes para inserção no processo operacional; dos investimentos realizados em tecnologias antipoluentes (máquinas, equipamentos, instalações etc.); do montante de obrigações assumidas pela empresa para recuperação de áreas degradadas ou águas contaminadas, para pagamento de penalidades ou multas decorrentes de infrações à legislação ambiental; das reservas para contingências constituídas a partir da forte probabilidade de ocorrência de perdas patrimoniais provocadas por eventos de natureza ambiental; do montante de custos e despesas incorridos em prol da contenção dos níveis de poluição e/ou por penalidades recebidas por procedimentos inadequados (RIBEIRO, LISBOA, 1999, p. 15).

Deve-se considerar que na atualidade as pessoas estão cada vez mais conscientizadas de suas responsabilidades com o meio ambiente, e tendem a cobrar o mesmo das empresas, buscando consumir produtos de empresas que se mostram comprometidas com o meio ambiente e sociedade.

Uma empresa considerada potencialmente poluidora, que não adote medidas preventivas para reduzir tal potencial, poderá encontrar dificuldades na sua continuidade em virtude das penalidades, hoje bastante rigorosas seja em função dos altos valores das multas por infrações, sejam em decorrência da obrigatoriedade legal de recuperação ou restauração de extensas e geograficamente complexas áreas contaminadas, seja por interdição governamental em casos de infrações abusivas ou reincidentes, seja também, pela falta de crédito junto aos seus fornecedores ou instituições financeiras em face do risco a que estes se vêm submetidos de não recebimento dos valores envolvidos ou pela co-responsabilidade que lhes pode ser atribuída em caso de inviabilidade da empresa (RIBEIRO, LISBOA, 1999, p. 16).

Perante o exposto fica claro que as empresas que são poluidoras encontram também restrições de ordem legal, além de moral, o que pode levar a sua falência. Sendo, portanto preponderante a adoção de medidas preservacionistas.

Em termos ideais uma empresa somente poderia exercer suas atividades se o custo-benefício da sua existência fosse positivo. A empresa que agride o meio ambiente, consequentemente coloca em risco a continuidade da vida humana ou reduz a qualidade desta; aquela que não propicia condições adequadas de trabalho contribui

para a degeneração psicológica e social dos trabalhadores; e aquelas que não adicionam valor à economia local fazem com que a aplicação de recursos governamentais não resulte nos benefícios esperados na região onde estão situadas (RIBEIRO, LISBOA, 1999, p. 12).

Nota-se, portanto que as relações entre o meio ambiente e as empresas é estreita e sendo que a preservação ambiental é o principal desafio para a sobrevivência das empresas desde o século XX e continuará a ser no século XXI.

Uma das principais medidas que tem sido tomada na busca de minimizar os efeitos negativos das ações empresariais sobre o meio ambiente e a sociedade é a Responsabilidade Sócio-ambiental Empresarial.

2.3.1 DIMENSÕES E CONCEITOS DA RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

A seguir serão apresentadas algumas definições de Responsabilidade Social, com o objetivo de facilitar ao leitor o entendimento de tal conceito. Conforme será estudado, os conceitos foram baseados em decorrência das conquistas dos direitos do trabalhador, do crescimento da globalização, das modificações no comportamento do consumidor, entre outros fatores. Neste sentido, aponta-se que se discute cada vez mais a respeito de ética nos negócios e de Responsabilidade Social das empresas.

Contudo, para que se possa deixar claro que a Responsabilidade Social deve ser entendida em sentido amplo, recorrem-se as palavras de Sardinha (apud FRANCISCHINI, 2005, p.23).

A Responsabilidade Social, que em sentido lato, engloba a responsabilidade ambiental, é a contribuição voluntária da empresas para o desenvolvimento sustentável. Corresponde na prática, à integração de atividades sociais e ambientais nas operações empresariais, assim como sua interação com as partes interessadas, contribuindo para a produtividade, a competitividade e a rentabilidade das empresas.

Aponta-se que, de acordo com a literatura, o conceito de responsabilidade social empresarial foi lançado no Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, na Holanda. Tal conceito diz que:

A Responsabilidade Social Corporativa é o compromisso permanente das empresas de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo (SILVA apud FRANCISCHINI, 2005, p. 24 e 25).

Então se pode entender que a Responsabilidade Social é o conjunto de intenções da empresa no sentido de influenciar constantemente a participação da mesma nos interesses dos colaboradores e seus familiares, ou seja, os envolvidos diretamente na produção, bem como nos grupos indiretamente envolvidos, que seriam a comunidade próxima e sociedade em geral, tendo como premissa valores éticos.

Aponta-se que a Responsabilidade Social Empresarial, pode ser entendida como uma forma de gestão que vai além da obrigatoriedade legal e do marketing social. Esta deve assumir contornos éticos, transparentes e coerentes.

Colaborando com a discussão Oliveira (apud BARDAGI, SCACCHETTI, 2006) aponta que o conceito de Responsabilidade Social é amplo, que aponta a necessidade de mudança de atitude de gestão empresarial com foco na geração de valor para todos e tem como princípio a ética com todos os públicos com os quais a empresa interage, ou seja, acionistas, empregados, consumidores, rede de fornecedores, meio ambiente, governo, mercado e comunidade.

A citação anterior demonstra que a Responsabilidade Social deve envolver tanto os funcionários da empresa, quanto os seus públicos, em um compromisso com a melhoria da qualidade de vida. Infere-se que se pode entender por Responsabilidade Social como uma estratégia que as empresas adotam para administrar seus negócios de modo que as posicionem como parceiras e responsáveis pelo desenvolvimento social.

É importante destacar que a empresa socialmente responsável é aquela de consegue dialogar com as diferentes partes envolvidas no negócio. Sendo, portanto uma ação social no sentido mais amplo.

O conceito de Responsabilidade Social oferecido pelo Instituto Ethos (apud BARDAGI, SCACCHETTI, 2006, p. 02) diz que a mesma pode ser entendida como:

A forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Nota-se, então, que é preponderante, que as empresas públicas e privadas, assumam não só a função de produtoras de bens e serviços, bem como a responsabilidade pela qualidade de vida de seus colaboradores, consumidores e comunidade na qual estão inseridas.

Aponta-se que as definições de Responsabilidade Social podem variar de acordo com o contexto histórico e social em que são formuladas, mas é possível detectar o consenso de que o objetivo final é buscar formas de minimizar os impactos negativos e maximizar os positivos, em uma relação satisfatória para todos os envolvidos.

Na atualidade para uma empresa ser considerada socialmente responsável deve demonstrar de acordo com Kreitlon (2004, p. 10) três características básicas, a saber: "Reconhecer o impacto que causam suas atividades sobre a sociedade na qual está inserida; Gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto em nível local quanto global; Realizar esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parcerias com outros grupos e organizações".

O que se observa é que o mundo organizacional moderno enfrenta um grande desafio que é a gestão eficiente voltada para resultados econômicos, que englobam estratégias de desenvolvimento sustentável. Onde as empresas têm procurado pautar seus objetivos com vistas nos lucros financeiros e agregando valores sociais e ambientais. Em relação à Responsabilidade Social, as empresas tendem a se posicionar de forma estratégica, esquematizando metas que possibilitem atender as necessidades sociais e ainda manter sua lucratividade e competitividade no mercado, garantindo a satisfação do cliente e o bem estar social.

Aponta-se que a Responsabilidade Social é um movimento empresarial com vistas na melhoria dos rendimentos da empresa e no melhoramento da qualidade de vida dos funcionários e comunidade.

Neste contexto a Responsabilidade Social traduz-se como um fator decisivo para o desenvolvimento e crescimento das empresas, devido à conscientização por parte da sociedade de sua participação na solução de problemas sociais e ambientais, e assumem

o comportamento de cobrança por uma atuação responsável e uma postura que explice a preocupação com tais questões (FRANCISCHINI, 2005).

Esta é uma tendência que pode ser identificada no comportamento do consumidor que na atualidade tem optado por produtos de empresas que respeitam o meio ambiente e a comunidade. Assim, nota-se que a Responsabilidade Socioambiental apresenta-se ligada ao conceito de cidadania. E a partir da ligação entre cidadão, espaço de bem público e de bem comum. É nesse contexto que se misturam os interesses relativos à expansão da cidadania com os interesses particulares da empresa.

Outro aspecto relevante a ser ressaltado é o fato de que os profissionais mais qualificados, tem buscado trabalhar em empresas que os valorizem e respeitem, demonstrando preocupação com a sua qualidade de vida bem como com a sociedade.

A Responsabilidade Social, então pode ser compreendida como o resgate da função social da empresa, com o escopo de promover o desenvolvimento humano, que deve ir além do aspecto ambiental, englobando o social, cultural, bem como economia e política.

É uma iniciativa que deve visar à superação da distância entre o social e econômico, onde a Responsabilidade Social deve ser entendida como uma iniciativa que vai além da manutenção do lucro, devendo considerar, também, sociedade adotando ações de promovam o bem estar comum.

Deve-se ponderar que ao contrário do que se possa pensar a Responsabilidade Social Empresarial, não implica em abandonar os valores econômicos, mas sim agregar valores sociais e ambientais. Compreendidos os conceitos, passa-se então ao estudo da evolução histórica da Responsabilidade Sócio-ambiental das empresas.

2.4 FUNDAMENTOS RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

HISTÓRICOS DA SÓCIO-AMBIENTAL

A Responsabilidade Social no decorrer do século XX foi se tornando um debate importante, posto que as empresas estejam atuando em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo, e ainda, passaram a ser pressionadas, pelos consumidores,

funcionários e sociedade em geral, a ponderar sobre os impactos de suas operações nos ambiente interno e externo.

Tendo sido apresentado o dimensionamento conceitual, da Responsabilidade Social, onde se destaca que tais definições foram sendo construídas nos panoramas dos diversos cenários mundiais ao longo do tempo. Assim, segue um breve resumo histórico do tema.

Primeiramente buscarão situar na história as origens das preocupações com a Responsabilidade Social, onde se destaca que a mesma tem seus primeiros ensaios no final do século XIX e início do século XX.

Contudo em um primeiro momento a questão da Responsabilidade Social foi associada às idéias de cunho comunista e socialista, sendo somente na década de 1950, nos Estados Unidos da América, que o tema ganhou atenção.

Para Kreitlon (2004) no período compreendido entre os anos de 1900 a 1960, três fatores favoreceram o surgimento das críticas de caráter ético e social ao mundo dos negócios, a saber: a desilusão frente às promessas do liberalismo, o desejo por parte das empresas de melhorarem sua imagem e o desenvolvimento das ciências administrativas e a profissionalização da atividade gerencial. Ainda em considerações do autor, o que a literatura da área revela, é a preocupação com uma ética pessoal na condução de negócios. De fato, os textos precursores da Responsabilidade Social Empresarial, referem-se a uma responsabilidade social apenas, sem qualificá-la de empresarial, talvez porque a expansão do domínio das empresas e corporações fossem ainda incipientes.

Desde meados do século XX até a atualidade, percebe-se que emerge e se desenvolve com extrema velocidade a conscientização da sociedade para os riscos ambientais. Destaca-se que a Responsabilidade Social tem sido debatida nas empresas e nos meios acadêmicos ao longo dos anos.

Foi, sobretudo, a partir da década de 1960 que o questionamento ético e social ganhou força, tendo sido institucionalizado nos anos de 1980 sob a forma de três escolas de pensamento, a saber: *Business Ethics*, *Business e Society*, *Social Issues Management*.

As três escolas de pensamento acima mencionadas partem de campos e princípios bastante distintos, em sua abordagem do questionamento ético e social das empresas. A escola da Ética Empresarial (*Business Ethics*), enquanto ramo de ética aplicada propõe um tratamento de cunho filosófico, normativo, centrado em valores e em julgamentos morais, ao passo que a corrente que poderíamos chamar de Mercado e Sociedade (*Business e Society*) adota uma perspectiva sociopolítica,

e sugere uma abordagem conceitual dos problemas entre empresas e sociedade. Por fim, a escola da Gestão de Questões Ambientais (*Social Issues Management*) é de natureza nitidamente utilitária, e trata os problemas sociais como variáveis a serem consideradas no âmbito da gestão estratégica (KREITLON, 2004, p. 05).

Aponta-se que o debate sobre a Responsabilidade Social das empresas, que se dava de forma rara até trinta anos atrás, tornou-se hoje prática corrente, seja nos ambientes corporativos ou nos organismos nacionais, sendo observado nos movimentos da sociedade civil e nos corredores acadêmicos.

Para Uemeda (2008) até meados da década de 1980 o discurso empresarial dominante no cenário internacional mostrava-se resistente a qualquer iniciativa que visasse minimizar impactos sócio-ambientais decorrentes do acelerado processo de atividades produtivas. Argumentava-se, na época, que os custos adicionais para as empresas comprometiam a lucratividade e competitividade. Ocorre que a partir do final da mesma década tal discurso perdeu credibilidade, em decorrência da emergência do desenvolvimento sustentável em nível mundial. Desse modo, as empresas tiveram que se adaptar a essa nova realidade, criando uma nova consciência de seu papel social.

No período compreendido entre os anos de 1960 a 1980, o mundo apresentou um cenário geral de contestações e turbulência social, onde inúmeros movimentos sociais passam a exercer pressão sobre as empresas, principalmente no tocante a poluição, consumo, emprego, discriminações raciais e de gênero (KREITLON, 2004).

A partir da década de 1980, devido ao contexto político, econômico e social, os pressupostos da Responsabilidade Social Empresarial, passaram a cada vez mais fazer parte da realidade das corporações.

Consolida-se definitivamente, no início dos anos 80, a abordagem intitulada *Business & Society*, a qual concebe empresa e sociedade como uma rede inextrincável de interesses e relações, permeada por disputas de poder, por acordos contratuais explícitos e implícitos, e pela busca de legitimidade. Data desta época a famosa teoria dos *stakeholders*, desenvolvida por Freeman em 1984, segundo a qual a idéia de que as empresas não possuem responsabilidades senão em relação aos acionistas deve ser substituída pelo conceito de relação fiduciária da empresa com o conjunto de suas partes interessadas. A teoria dos *stakeholders* irá revelar-se suficientemente rica e abrangente para ser encampada (e adaptada) pelas três correntes teóricas dedicadas ao estudo das relações entre ética, empresas e sociedade (KREITLON, 2004, p10).

Nota-se, então, que a partir de 1984 a compreensão que a empresa está relacionada e comprometida não só com seus acionistas, mas sim com toda a sociedade e de forma mais próxima com a comunidade na qual está inserida e com seus funcionários.

Neste momento ganha força a abordagem estratégica, conhecida como *Social Issues Management*, com os círculos gerenciais demonstrando preocupação com os conflitos surgidos das interações entre empresas e sociedade, e com a intensificação destes. Esta abordagem visa atender à demanda por instrumentos para a gestão sistemática dos problemas éticos e sociais enfrentados pelas companhias, de tal modo que a sensibilidade (*responsiveness*) corporativa transforme-se numa vantagem competitiva (KREITLON, 2004, p.10).

Destaca-se que neste período a Responsabilidade Social Empresarial passa a ser entendida como uma estratégia para alcançar vantagem competitiva, e não como mais um custo para as empresas. De acordo com os apontamentos de Kreitlon (2004) houve a diversificação das correntes teóricas dedicadas ao questionamento ético e social das empresas e uma crescente institucionalização do fenômeno, com um considerável volume de publicações e cursos oferecidos nas escolas de administração, foi criada normas e certificações, bem como os incentivos e programas governamentais.

Nas décadas de 1980 e 1990 consolidam-se os preceitos da Responsabilidade Social onde as empresas, passam a considerar a mesma como parte integrante dos planejamentos de marketing.

É possível observar na primeira década do século XXI uma efetiva participação social das empresas, com estas tornando-se cada vez mais responsável pelo meio ambiente em níveis local e global, bem como assumindo o compromisso de promover o bem estar de seus funcionários, associados e parceiros. Discutida as origens da Responsabilidade Social no mundo, passa-se a seguir a um estudo sobre a mesma no Brasil, sendo este o próximo tema a ser debatido neste capítulo.

3 A EMPRESA

3.1 HISTÓRICO

Situada em Juiz de Fora - MG, a MG Indústria Mecânica Ltda. constitui-se em indústria metalúrgica especializada em homenagem, desenvolvimento, nacionalização e fabricação de peças industriais, capaz de prestar serviços para inúmeros segmentos, sobretudo indústrias metroviárias, ferroviárias, siderúrgicas e petrolíferas.

Através de um programa constante de treinamentos e capacitação de seus colaboradores e investimentos em tecnologia, a MG Aço vem se mantendo no mercado e provando sua capacidade em fornecer produtos e serviços com as mais exigentes especificações não só no Brasil como no exterior.

Portanto, preocupada em manter um padrão de excelência e assegurar a qualidade de seus processos a MG Ind. Mec. encontra-se em fase de implementação de seu Sistema de Gestão da Qualidade estabelecido e mantido conforme norma NBR ISO 9001:2000.

A MG Indústria Mecânica Ltda. atua na fabricação de peças mecânicas, nacionalização e serviços de usinagem em geral com qualidade diferenciada dentro das normas especificadas (ABNT, DIN, ASTM etc.).

Seu diferencial está diretamente ligado à constante atualização de equipamentos e técnicas operacionais, assim como o contínuo processo de reciclagem de seus colaboradores, qualificando-os para dimensionar e fabricar os mais diversos componentes mecânicos.

3.2 SISTEMAS DE QUALIDADE

Fornecer produtos e/ou serviços que assegurem a conformidade com os requisitos de contrato, de modo a projetar a imagem da empresa no mercado, conquistar novos clientes e garantir a confiança dos clientes antigos, atendendo suas necessidades e superando suas expectativas com relação à qualidade dos produtos ou serviços.

Manter funcional e atualizado o Sistema da Qualidade para promover a melhoria contínua e assegurar a integridade da qualidade dos produtos ou serviços.

Envolver os funcionários no Sistema da Qualidade com a finalidade de assegurar o comprometimento de todos com a qualidade dos produtos e/ou serviços da empresa.

Fornecer treinamento adequado a todos os funcionários objetivando fornecer as técnicas relativas ao conhecimento dos serviços para assegurar que seja mantida a qualidade dos produtos ou serviços.

Comunicar os objetivos da empresa aos funcionários e demonstrar-lhes sua importância e responsabilidade para que seja mantida a eficácia do Sistema da Qualidade.

Fornecer aos funcionários ambiente e instrumentos de trabalho adequados para que os objetivos de qualidade sejam atingidos.

Estabelecer relacionamentos com clientes e fornecedores que possibilitem a melhoria da qualidade em todos os aspectos do uso de produtos e/ou peças adquiridas.

3.3 EQUIPAMENTOS

A MG Indústria Mecânica Ltda. conta com os mais modernos equipamentos e máquinas existentes no mercado, são Centros de Usinagem, Tornos CNCs, Tornos Convencionais, Fresadoras, Retíficas, dentre outras, que aliadas ao potencial de seus colaboradores são capazes de proporcionar a seus clientes produtos e serviços com as mais exigentes especificações.

Para a garantia da qualidade de seus produtos a MG Aço conta com um laboratório de Controle de Qualidade composto por paquímetros, micrômetros, relógios

comparadores e apalpadores, durômetros, comparadores de diâmetro interno, traçadores de altura, máquina de medição tridimensional e outros instrumentos, calibrados e aferidos periodicamente, dando mais precisão e confiabilidade na fabricação e entrega de seus produtos e serviços.

A constante atualização de seus equipamentos faz da MG Indústria Mecânica Ltda. a melhor empresa de usinagem da Zona da Mata, estando entre as melhores de Minas e do Brasil.

3.4 ANÁLISE

A seguir será apresentada uma análise sobre o que foi observado durante a realização do estágio supervisionado na MG Indústria Mecânica Ltda., tendo como foco a verificação se a mesma se encontra comprometida com a responsabilidade social e ambiental.

Primeiramente se observou o cuidado que é dado aos dejetos da produção, ou seja, óleo, limalha de aço e água.

Em relação à utilização de óleo na empresa, este é usado para lubrificação das máquinas, lavagem de peças prontas (para evitar oxidação), entre outros, o que gera um uso considerado alto. Sendo que grande parte das máquinas apresenta excessivo derramamento de óleo lubrificante.

A MG Indústria Mecânica Ltda., pretendia desenvolver um projeto para evitar esse problema, contudo durante a realização do estágio supervisionado, não foram observadas providências para o início das obras. Assim, todo o óleo usado da empresa é estocado em tambores que depois são repassados (vendidos) a um posto de gasolina próximo ao local. A empresa possui uma caixa separadora de água e óleo e pelo que foi constatado, o nível de óleo estava sempre muito acima do nível permitido nos testes realizados.

Foi observado que a MG Indústria Mecânica Ltda., possui uma pequena estação de tratamento de esgoto.

Há que se considerar que durante o estágio não foram visitadas a caixa separadora de água e óleo, e à estação de tratamento de esgoto, devido a obras na empresa, os locais estavam cobertos por materiais como areia, cimento e tijolos.

Outro aspecto que deve ser destacado é que quase todas as máquinas geram muita limalha de aço devido aos trabalhos realizados nas peças, que fica encharcada de óleo, é estocada em tambores na parte traseira dos maquinários e quando cheios são armazenados e vendidos para reciclagem, onde são derretidos e usados novamente na fabricação de aço. Aponta-se que no fundo desses tambores encontra-se uma tela que separa a limalha e o óleo.

A limalha permanece nos tambores, e o óleo cai numa espécie de tabuleiro que fica no piso em baixo dos tambores, mas mesmo com a tela, uma grande quantidade de limalha se misturava ao óleo.

Em relação ao lixo, existem as lixeiras indicativas de cores, mas não é respeitada a separação dos materiais (vidro, plásticos, metais etc.). No refeitório existe somente uma grande lixeira em plástico, onde é misturado lixo orgânico e inorgânico.

Com base nos dados retirados do livro "programa de prevenção e riscos de acidentes" da empresa verificou-se as seguintes estratégias: ação de avaliação ambiental, análise de risco por função, redução a níveis aceitáveis dos agentes físicos e químicos e biológicos e reuniões periódicas para avaliação das idéias propostas.

Perante aos dados colhidos observou-se que a MG Indústria Mecânica Ltda., ainda precisa investir muito tempo, dinheiro e planejamento no sentido de poder ser considerada uma empresa ambientalmente responsável.

5 CONCLUSÃO

Conforme foi verificado na atualidade a sociedade tem se mostrado mais consciente dos impactos ambientais que as empresas podem causar, e, portanto tem se mostrado mais exigente, em relação a medidas que cada organização toma para minimizar a poluição e degradação do meio ambiente.

Observou-se que as empresas como forma de melhorar a sua imagem, visando se projetar por meio do marketing social tem buscado investir na Responsabilidade social e ambiental da empresa, em que esta se compromete a procurar meios para se tornar o menos poluente possível.

Observou-se que a MG Indústria Mecânica Ltda., ainda tem um longo caminho a percorrer, para que se possa dizer que se encontra comprometida com a responsabilidade sócio-ambiental, posto que a mesma, não faz com eficiência nem mesmo a coleta seletiva de lixo.

Ao fim deste relatório aponta-se que a MG Indústria Mecânica Ltda., poderia contratar técnicos ambientais, que com projetos simples, poderiam melhorar o funcionamento da caixa separadora de óleo, e a estação de tratamento de esgoto, por serem exclusivos da área ambiental.

Há que conceber que na atualidade, conforme apontado na revisão de literatura, as empresas que não buscarem se enquadrar nos preceitos da responsabilidade social tende a perder mercado, o que pode gradativamente leva-la a falência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus. Aos meus pais. Ao meu orientador, por toda ajuda e apoio. E a Empresa MG Indústria Mecânica Ltda., pela oportunidade.

REFERÊNCIAS

- ASSIS, F. R. Santos dos. **Responsabilidade civil no direito ambiental**. Rio de Janeiro: Destaque, 2000.
- AULICINO, Madalena Pedroso. **Turismo e estâncias: impactos e benefícios para os municípios**. São Paulo. Futura, 2001.
- BARDAGI, M. P.; SCACCHETTI, D. C.. **Responsabilidade Social Empresarial (SER) e sua integração as práticas de gestão**.
- CUSTÓDIO, Helita Barreira. **Responsabilidade Civil por Danos ao Meio Ambiente**. Tese apresentada ao Concurso de Livre-Docente para Departamento de Direito Civil da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 1983. disponível em: <http://www.estadao.com.br/ciencia>. Acesso em 12 de dezembro de 2010.
- FAGUNDES, Alexandre, B. **A relação entre os custos e receitas ambientais como principal indicador do desempenho econômicoambiental das organizações**. Associação Brasileira de Engenharia de Produção – ABEPRO Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Vol. IX/ Num.III/ 2009
- FRANCISCHINI, A. S. N. et al. **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. V. 04. São Paulo: Peirópolis, 2005.
- KOTLER, PH e ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- KREITLON, M. P.. **A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da Responsabilidade Social Empresarial**. XXVIII ENAPAD< Curitiba, 2004.
- NEIMANN, Z. (Org.). **Meio ambiente, educação e ecoturismo**. Barueri, São Paulo. Manole, 2002.
- RIBEIRO, M. S, e LISBOA, L. P. **BALANÇO SOCIAL**. REVISTA BRASILEIRA DE CONTABILIDADE, número 115, jan/fev/99, Brasília – DF
- TREVISAN, F. A. **BALANÇO SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE MARKETING**. RAE-eletrônica, Volume 1, Número 2, jul-dez/2002. Disponível em: <http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1465&Secao=PWC&Volume=1&Numero=2&Ano=2002>

UEMEDA, V. A. **Responsabilidade Social nas Empresas: a contribuição das universidades**. V. 06. São Paulo: Peirópolis, 2008.

VALENTI, A. S. **Meio ambiente**. Disponível em: [http://www. Meio ambiente e sustentabilidade/ ciência hoje.com. br](http://www.Medio ambiente e sustentabilidade/ciencia hoje.com.br). acesso em 10 de janeiro de 2011.