



Responsabilidade socioambiental por meio da missão, visão e valores: um estudo nas 100 maiores empresas de Santa Catarina.

Anastácia Rosa Portella

UFSC

anastacia_portella@hotmail.com

Monique Cristiane de Oliveira

UFSC

monique_bona@hotmail.com

Denize Demarche Minatti Ferreira

UFSC

dminatti@terra.com.br

José Alonso Borba

UFSC

j.alonso@ufsc.br

Resumo

As mudanças ocorridas no cenário mundial e a constante reflexão da sociedade sobre as atividades econômicas realizadas de maneira prejudicial ao meio ambiente deram espaço para que a questão da responsabilidade socioambiental entrasse em cena no contexto organizacional. Outro fator preponderante na adaptação das empresas a esses novos conceitos e padrões foi à pressão exercida pelos órgãos reguladores e investidores. O presente trabalho tem como objetivo evidenciar a frequência com que as empresas apresentam nas dimensões de planejamento estratégico, missão, visão e valores, indícios de responsabilidade socioambiental. Trata-se de uma pesquisa descritiva e qualitativa da área das ciências sociais aplicadas, que tem como amostra as 100 maiores empresas de Santa Catarina. Os resultados obtidos demonstram que 48 empresas apresentam indícios de responsabilidade socioambiental em sua missão, visão e valores. Dentre elas, o setor que mais se destacou é o Têxtil e Confecções com seis empresas, o segundo dentre eles, o de Comércio – Atacado e Varejo – onde apenas uma apresentou algum termo relacionado ao conteúdo estudado. Além destes, cabe citar o setor de Energia que conta com quatro empresas que demonstram algum aspecto relacionado à responsabilidade socioambiental.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental; Desenvolvimento Sustentável; Meio ambiente, Santa Catarina.

Introdução

As constantes modificações do cenário econômico provocaram nas empresas uma mudança no comportamento e na forma como exercem suas atividades, com vistas a atender os anseios dos *shareholders* (acionistas) e dos *stakeholders* (partes interessadas). As organizações



vêm demonstrando-se preocupadas não apenas em gerar resultados econômicos, mas também em como trabalhar de forma sustentável e responsável, para a melhoria da sua imagem. A percepção por parte dos empresários de que problemas socioambientais interferem negativamente nos seus negócios foi o ponto de partida para que as empresas tomassem medidas e se adaptassem a conceitos e padrões sustentáveis.

O envolvimento das empresas com a responsabilidade social acarreta ações que permitem a confiabilidade dos envolvidos, pois a organização que, “[...] opera de maneira honrada e ética, luta para tornar a empresa um lugar agradável para trabalhar, demonstra respeito pelo ambiente e tenta fazer a diferença para a melhoria da sociedade” (THOMPSON; STRICKLAND III; GAMBLE, 2008), e, é bem vista ao meio em que está inserida.

Para Estigara, Pereira e Lewis (2009) “os pilares da responsabilidade social são voltados aos princípios sobre os quais se ampara a responsabilidade social”. Segundo os mesmo autores, entre os pilares podemos destacar os do ambiente e da comunidade, que vêm se sobressaindo quando se refere ao planejamento estratégico das empresas, uma vez que se tem demonstrando uma crescente procura em se estabelecerem como empresas sustentáveis.

Planejamento estratégico, na concepção de Caravantes, Panno e Kloeckner (2005, p. 405) é “aquele que tem um impacto significativo na organização como um todo e que em geral implica alocação de um volume maior de recursos e uma visão temporal mais dilatada”. Sabendo que a responsabilidade socioambiental tem efeito direto e significativo na organização, deverá estar presente desde o início da elaboração do planejamento estratégico, visando nortear os caminhos que a empresa seguirá.

Um dos primeiros passos para o desenvolvimento do planejamento estratégico está em estabelecer missão, visão e valores, estes instrumentos possibilitam a obtenção de direcionamento para as empresas. Nesta perspectiva encontra-se o problema de pesquisa deste artigo, quão frequente os instrumentos do planejamento estratégico incluem indícios de responsabilidade socioambiental.

A partir das inferências acerca do problema de pesquisa, pode-se definir como objetivo deste trabalho identificar entre as 100 maiores empresas de Santa Catarina, divulgadas na Revista Amanhã que contêm em seus sítios eletrônicos, indícios de reponsabilidade social e ambiental na caracterização da missão, visão e valores.

Referencial Teórico

Missão, Visão e Valores

O planejamento estratégico de uma empresa tem a função de nortear as atividades e orientar os rumos que a organização irá tomar, por isso é considerado de longo prazo, ou seja, superior a cinco anos. Conforme Andrade e Amboni (2010, p. 42) o planejamento estratégico “é um processo formal, realizado de cima para baixo, para formar um conjunto de estratégias para as organizações alcançarem seus objetivos”. E, uma das primeiras etapas é a definição da missão, visão e valores da empresa, que são objeto de análise desta pesquisa.

Desta forma, a missão institucional é aquela que “diz respeito ao propósito final que a organização pretende alcançar e como ela se coloca diante dos usuários” (CARAVANTES; PANNO; KLOECKNER. (2005, p. 415). Ou seja, evidencia o motivo pelo qual empresa foi criada, sua razão de ser. Conforme Bianchi *et al.* (2013, p. 9), “ao definir a missão da



organização, formaliza-se o foco de atuação, consequentemente as pessoas se organizam em função deste objetivo comum e o comprometimento do grupo contribui para a formação de uma cultura organizacional forte”. Na concepção de Andrade e Amboni (2010, p. 57), a missão “é entendida como o compromisso das pessoas na busca da perpetuação do negócio, através do desenvolvimento em longo prazo”. Portanto, a missão além de ser a razão pela qual a empresa existe, é também um objetivo superior que deve ser atingido a fim de manter o negócio existente.

Para Matos e Chiavenato (1999, p. 36) “A missão deve constar de uma declaração formal e escrita, o chamado credo da organização, para que funcione como um lembrete periódico a fim de que os funcionários saibam claramente para onde e como conduzir os negócios.”.

Por sua vez, a visão de uma empresa “é a definição do que ela espera no futuro, explicitando como deve ser vista, o que deseja realizar ou aonde quer chegar” (BIANCHI *et al.* 2013, p. 3). Segundo Andrade e Amboni (2010, p.58) “a visão demonstra um estado desejado pelos praticantes da organização dentro de um período de tempo, ou seja, o que a organização pretende se tornar daqui a algum tempo”. Caravantes, Panno e Kloeckner (2005, p. 414) complementam que “a visão é uma imagem futura que inspira, motiva e que, de certa maneira, determina a orientação e os tipos de ações que serão levadas a efeito no presente”. Ou seja, a visão define como a empresa quer ser vista em um futuro próximo, qual a imagem ela irá repassar.

Por fim, os valores, princípios ou políticas de uma organização visam “orientar o pensamento na tomada de decisão e os esforços nos diversos níveis hierárquicos, visando conduzir a empresa em determinado rumo” (CARAVANTES; PANNO; KLOECKNER. (2005, p. 416). Andrade e Amboni (2010, p. 60) afirmam que “os valores representam um conjunto de princípios que orientam a tomada de decisão e o comportamento de todos os colaboradores, guiando as atividades de uma organização”. Assim, os valores são os princípios que devem orientar a forma como a empresa exerce sua atividade. Para Beuron *et al.* (2013, p. 66) “valores e princípios determinam como as relações com as partes interessadas serão desenvolvidas, além de definir o contexto onde as políticas, práticas, processos e decisões éticas serão tomados”.

Responsabilidade Socioambiental

A respeito da responsabilidade social, Amboni e Andrade (2010, p. 9) argumentam que os primeiros indícios ocorreram na década de 1950 nos Estados Unidos, em seguida, em 1960 na Europa e por fim em 1970 no Brasil, quando surge a necessidade de ser elaborado o balanço social por parte das empresas. Tais autores afirmam que a preocupação com a responsabilidade social vem crescendo com o aumento no número de movimentos ecológicos e de defesa do consumidor.

Responsabilidade social na concepção de Thompson, Strickland III e Gamble (2008, p. 343) é “a essência do comportamento corporativo socialmente responsável em que uma empresa deve equilibrar as ações estratégicas para beneficiar os acionistas em relação ao dever de ser um cidadão corporativo”.

Para Estigara, Pereira e Lewis (2009, p. 9) “a importância da empresa consiste no fato de ela ser instituição capaz de transformar e dinamizar a sociedade, através de sua atuação nos campos sociólogos, jurídico e econômico, alterando o modo de agir da humanidade”. Para os autores, algumas das importâncias e vantagens da responsabilidade social incluem o incremento



da redução da carga tributária, a melhoria da imagem da empresa e a criação de uma política permanente.

A combinação particular de esforços socialmente responsáveis que uma empresa busca, define sua estratégia de responsabilidade social. Entretanto, a menos que as iniciativas de responsabilidade social tornem-se parte da forma como ela opera no dia-a-dia dos negócios, as iniciativas têm pouca chance de darem certo e serem totalmente efetivas. (THOMPSON; STRICKLAND III; GAMBLE, 2008, p. 345).

De acordo com Rabelo e Silva (2011, p. 6) “a responsabilidade social é um instrumento de gestão que permite à organização desenvolver ações que pretendem minimizar os efeitos que suas atividades causam sobre a comunidade, o meio ambiente, a economia, entre outros fatores”.

Assim, segundo Tenório (2004, p. 27) “Com o crescente interesse empresarial em desenvolver atividades sociais e devido ao reconhecimento da importância desse tema para os negócios, cada vez mais as companhias estão buscando novas formas de agregar valor social às suas atividades.”.

Após o indício de responsabilidade social, começaram a surgir também preocupações voltadas ao meio ambiente e em consequência, a responsabilidade ambiental. Estas questões entraram em pauta em diversas localidades devido às pressões exercidas pela sociedade, governo, órgãos regulatórios e entidades de defesa do meio ambiente. Desta forma, as empresas necessitaram se adequar as exigências de todas as partes envolvidas no seu negócio, dando início a um processo de sustentabilidade empresarial (GOMES *et al.* 2010, p. 246).

A responsabilidade ambiental foca as preocupações com o meio ambiente, a forma como as empresas têm utilizado os recursos naturais em suas atividades e como estão sendo controladas. Neste sentido, o termo meio ambiente “é tudo que envolve ou cerca os seres vivos” (BARBIERI, 2004, p. 2). Já para Tinoco e Kraemer (2004, p. 34) meio ambiente é “o conjunto de elementos bióticos (organismos vivos) e abióticos (energia solar, solo, água e ar) que integram a camada da Terra chamada biosfera, suporte e habitat dos seres vivos”.

Portanto segundo Maximiano (2007, p. 379) “O princípio da responsabilidade social baseia-se na premissa de que as organizações são instituições que existem com autorização da sociedade, utilizam recursos da sociedade e a afetam a qualidade de vida da mesma.”.

Em meio à responsabilidade socioambiental é que se encontra o conceito de desenvolvimento sustentável, que é o suprimento das necessidades atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem suas próprias necessidades (TINOCO; KRAEMER, 2004, p. 134). Relacionados a estes conceitos, têm-se também os de sustentabilidade social e ecológica, onde o primeiro, conforme Tinoco e Kraemer (2004, p. 137), é o desenvolvimento sustentado por meio da melhor distribuição de renda e o segundo refere-se às medidas ecologicamente corretas.

Rabelo e Silva (2011, p. 7) pontuam que a responsabilidade socioambiental “torna-se estratégia de sustentabilidade de longo prazo, onde a empresa observa e tenta mudar os efeitos de suas atividades perante a sociedade”. É por isso que Tinoco e Kraemer (2004, p. 134) afirmam que as empresas,

através de uma prática empresarial sustentável, provocando mudança de valores e de orientação de seus sistemas operacionais, estarão engajadas à ideia do desenvolvimento sustentável e a preservação do meio ambiente, com responsabilidade social.



Assim, as empresas engajadas no desenvolvimento de suas atividades de forma sustentável, respeitando o ser humano, o meio ambiente e tudo o que lhe cerca, apresentam um diferencial na sua imagem perante a sociedade, governo e investidores. Além do reflexo que a adoção de boas práticas de responsabilidade socioambiental no contexto organizacional tem que ser vista também como estratégia empresarial que vem sendo adotada, visto que o impacto na imagem institucional da organização pode alterar os resultados também.

Estudos Anteriores

De acordo com Thompson, Strickland III e Gamble (2008) a responsabilidade social é um tópico muito discutido nos últimos 40 anos e que tem seu surgimento após a revolução industrial. Contudo, dentro dos objetivos deste estudo, podem ser destacadas outras pesquisas que procuraram responder problemas relacionados ao tema abordado neste estudo.

Bianchi et al (2013) procuraram identificar a relação entre os elementos constituintes da cultura organizacional e da responsabilidade social de empresas socialmente responsáveis. Entre as considerações levantadas por Bianchi et al (2013, p. 186) estão que “Para ser mantida no longo prazo, a responsabilidade social das empresas precisa estar inserida na cultura organizacional para que não se torne somente marketing estratégico ou apenas modismo.” Além disso, os resultados deste estudo indicam que as práticas realizadas pelas empresas se concretizam como responsabilidade social.

O estudo de Mussoi, Lunkes e Silva (2010) buscou avaliar nas empresas de capital aberto se a missão institucional serve como um direcionador efetivo do planejamento estratégico e a partir de elementos pré-definidos foram verificados os elementos que se encontram frequentemente. Entre as conclusões do estudo cabe destacar que os autores detectaram a existência de “[...] ênfase na imagem que a empresa oferece ao mercado e aos clientes e, por outro lado, a pouca importância atribuída a questões internas como rentabilidade e perpetuidade.” (MUSSOI, LUNKES, e DA SILVA, 2010).

Procedimentos Metodológicos

O estudo é uma pesquisa descritiva e qualitativa da área das Ciências Sociais Aplicadas que “[...] têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002).

A pesquisa é definida como documental, que por vez “[...] emprega fontes primárias, considerados os materiais compilados pelo próprio autor, que não foram objeto de análise, ou que ainda pode ser reelaborados de acordo com os propósitos da pesquisa” (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

A partir das definições dos propósitos da pesquisa, podem-se definir os procedimentos, onde foi realizada a definição da amostra. O estudo limitou-se as 100 maiores empresas do estado de Santa Catarina, de acordo com o ranking da Revista Amanhã (2013), que elenca as maiores empresas com base no exercício de 2012.

Os dados primários foram obtidos nos sítios eletrônicos das empresas buscando-se missão, visão e valores. Para Creswell (2007, p. 193) a coleta e análise de dados “Envolve preparar os dados para análise, aprofundar-se cada vez mais em seu entendimento, fazer



representação dos mesmos e fazer uma interpretação do significado mais amplo.”. Então, a partir da compilação das informações foi possível identificar no planejamento estratégico, no que concerne a missão, visão e valores a presença de indícios de responsabilidade socioambiental. Para isso foi necessário definir alguns termos e conceitos que foram considerados neste estudo, os quais foram citados no referencial teórico.

O quadro 1 apresenta os termos pesquisados nos instrumentos de planejamento estratégico missão, visão e valores.

Quadro 1 - Termos selecionados pelos autores, como os relacionados à responsabilidade socioambiental.

Responsabilidade social: ser humano, sociedade justa e bem estar social.

Responsabilidade ambiental: meio ambiente, preservação da natureza e recursos naturais.

Sustentabilidade: desenvolvimento sustentável, sustentável e soluções sustentáveis.

Fonte: Autores.

Análise dos Resultados

Inicialmente, foi verificado que as 100 companhias estão segregadas em 28 setores da economia. O setor com o número maior de empresas é o de Energia, com 10 companhias, seguido do Comércio – Atacado e Varejo, representado por nove organizações e, os setores Metalurgia e Têxtil e Confecções que contém oito empresas cada.

A busca nas páginas eletrônicas destas empresas não pode ser realizada em oito delas, visto que não foram encontradas. O setor predominante nestas empresas foi o de energia, onde cinco empresas não puderam ser acessadas. Dentre as oito empresas, três estão entre as 50 maiores. Apesar desta limitação, as outras 92 empresas foram acessadas e a amostra inicial passou por uma nova seleção, uma vez que não foram encontrados em outras 33 empresas as dimensões missão, visão e valores. Dentre as 33 empresas, o setor que mais se destacou foi o de Comércio – Atacado e Varejo com cinco empresas, seguido do setor de Papel e Celulose, com quatro.

Após a retirada das empresas com esta limitação, a amostra foi reduzida para 59 companhias em que foram encontradas as seções de missão, visão e valores, no entanto, 11 delas não apresentaram nestes aspectos conteúdo relacionado à responsabilidade socioambiental.

A tabela 1 demonstra como foi composta a amostra final do presente estudo.

Tabela 1 – Composição da amostra final.

Caracterização	Número de Empresas
Amostra Inicial	100
(-) Páginas eletrônicas não encontradas	8
(-) Missão, Visão e Valores não encontrados	33
(-) Sem indícios de Responsabilidade Socioambiental	11
	48

Fonte: Autores.

O estudo limitou-se a 48 empresas, classificadas em 19 setores, conforme a tabela 2.



Tabela 2 – Apresentação da missão, visão e valores das Empresas de Santa Catarina.

POSICÃO	EMPRESA	
1	BRF Brasil Foods	Missão: Sermos uma das maiores empresas de alimentos do mundo, [...] contribuindo para um mundo melhor e sustentável . Valores: Desenvolvimento Sustentável
2	Bunge Alimentos	Missão: Melhorar a vida, contribuindo para o aumento sustentável da oferta de alimentos e bioenergia [...] Valores: Cidadania - [...] Também buscamos ser defensores do meio ambiente, usando recursos naturais de maneira eficiente e responsável.
25	Frigorífico Riosulense S/A (Pamplona)	Valores: Agir com responsabilidade social e respeito com o meio ambiente
67	Zen S/A	Missão: Desenvolver, produzir e fornecer componentes e sistemas [...] com geração de valor para o negócio, clientes e sociedade .
32	Cia. Latinoam. Medic. (Drogaria Catarinense)	Valores: Conduzir os negócios de forma ética, visando atingir a lucratividade necessária ao desenvolvimento sustentável da empresa.
15	H Carlos Schneider S/A (Cont. Ciser)	Valores: Praticar responsabilidade socioambiental - Agir dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável .
7	Coopercentral Aurora	Valores: Sustentabilidade - Promover o desenvolvimento econômico, buscando o bem estar social e a preservação do meio-ambiente .
13	Cooperativa Agroindustrial Alfa	Missão: Promover o desenvolvimento sustentável do setor agropecuário, gerando resultados econômicos e sociais para a sociedade. Valores: Sustentabilidade - Respeitamos as pessoas e os recursos naturais [...]
55	Coop. Regional Auriverde	Missão: Buscar o desenvolvimento econômico e social do ser humano valorizado a comunidade e os recursos naturais Visão: [...] levando a qualidade de vida [...], promovendo a qualidade de vida da família Auriverde.
56	Coop. Agropecuária de Jacinto Machado	Missão: [...] promover o desenvolvimento econômico das comunidades onde atua com responsabilidade sócio-ambiental . Visão: Ser reconhecida como a melhor opção de negócios em todos os segmentos que atua.
20	Dass Sul Calc. e Art. Esp. (Fonthe)	Missão: Ser a melhor e mais eficaz empresa do segmento, [...] com ética e responsabilidade social e ambiental . Visão: Ser reconhecida nacionalmente como uma universidade comunitária, sustentável , [...]
63	FURJ - Univille	Valores: Cidadania: [...] bem-estar e participação democrática responsável promovem o desenvolvimento pessoal e social . Inovação: [...] gerar e transformar conhecimento científico em soluções sustentáveis [...] contribui para o desenvolvimento socioeconômico . Responsabilidade ambiental: gestão de recursos e ações comprometidas com o equilíbrio ambiental favorece a melhoria da qualidade de vida .
64	UNISUL - Fund. Un. Sul de S.C.	Visão: 3 - Em relação à Extensão: 3.2 - [...] instrumento gerador de iniciativas comunitárias auto-sustentáveis e da educação continuada;
3	Tractebel Energia e Controladas	Visão: Ser, de modo sustentável , a melhor empresa de energia do Brasil Valores: Respeito ao Meio Ambiente - [...] melhorar de forma sustentada a qualidade de vida, preservando o nosso meio ambiente . O respeito pelo meio ambiente está no centro de nossa estratégia e de nossa filosofia.
5	Celesc e Controladas	Missão: Atuar de forma diversificada no mercado de energia, com rentabilidade, eficiência, qualidade e responsabilidade socioambiental . Valores: Responsabilidade Socioambiental
6	Eletrosul Centrais Elétricas S/A	Missão: Atuar nos mercados de energia de forma integrada, rentável e sustentável . Visão: Em 2020, ser o maior sistema empresarial global de energia limpa , com rentabilidade comparável às das melhores empresas do setor elétrico.



POSIÇÃO	EMPRESA	
17	Enercan - Camp. Novos Energ. S/A	<p>Missão: Gerar energia elétrica [...], valorizando a preservação ambiental [...] de modo a contribuir para o desenvolvimento socioeconômico [...]</p> <p>Visão: Ser uma referência no setor energético [...] por sua atuação socialmente responsável.</p> <p>Valores: Responsabilidade social e respeito ao Meio Ambiente</p>
36	Badesc - Ag. Fom. de S. Catarina	<p>Missão: Fomentar o desenvolvimento econômico e social de Santa Catarina, de forma sustentável, [...]</p> <p>Visão: Ser instrumento financeiro de referência em Santa Catarina na promoção do desenvolvimento econômico, social e sustentável.</p> <p>Valores: Sustentabilidade</p>
79	Sicoob Central SC	<p>Missão: Gerar soluções financeiras adequadas e sustentáveis, por meio do cooperativismo, aos associados e às suas comunidades.</p> <p>Visão: Ser reconhecidos como a principal instituição financeira propulsora do desenvolvimento econômico e social dos associados.</p> <p>Princípios - Valores: 6. Recursos Humanos - Permanente valorização e desenvolvimento do patrimônio humano.</p>
26	Adami S/A - Madeiras	<p>Missão: Meio Ambiente: Considerar, em todas as ações e decisões, [...] baseando-se no respeito ao meio ambiente.</p> <p>Valores: Sustentabilidade</p>
60	Empresa Ind. e Com. Fuck S/A	<p>Missão: Oferecer a nossos clientes, produtos do mais alto nível de padrão de qualidade, primando pela preservação da natureza. [...] envolve qualidade de vida de nossos colaboradores, [...].</p>
4	Grupo Weg	<p>Missão: Crescimento contínuo e sustentável, mantendo a simplicidade.</p>
42	Fábrica de Carrocerias Librelato	<p>Visão: Garantir a rentabilidade do negócio para assegurar o crescimento contínuo e sustentável.</p> <p>Valores: Ser uma empresa ética, ambientalmente responsável, economicamente viável e socialmente justa;</p>
82	Silmaq S/A	<p>Missão: Oferecer produtos de alta tecnologia e qualidade superior, [...] respeitando o indivíduo, a sociedade e o meio ambiente.</p>
8	Grupo Tigre	<p>Valores: Sustentabilidade - Conduzir os negócios com respeito e responsabilidade é um compromisso da Tigre.</p>
31	Grupo Eliane	<p>Valores: Crescimento Sustentável</p>
45	Cecrisa Revest. Cerâm. e Contr.	<p>Valores: Sustentabilidade - Pensamos no futuro! Agimos no sentido que as dimensões econômica, social e ambiental estejam sempre em equilíbrio.</p>
9	Tupy S/A e Controladas	<p>Valores: Meio Ambiente e Comunidade</p>
96	Wetzel S/A e Controlada	<p>Missão: Fornecer soluções que atendam ao mercado [...] respeitando e contribuindo para a melhoria da sociedade e do meio ambiente.</p>
97	Perfipar S/A Manufat de Aço	<p>Valores: - Respeitar e preservar o meio ambiente; - Contribuir para uma sociedade mais justa e humana.</p>
27	Copobras S/A Ind. e Com. de Embalagens	<p>Missão: [...] proporcionar rentabilidade e desenvolvimento sustentável.</p> <p>Visão: [...] que investe na melhoria contínua, responsabilidade social e na sustentabilidade junto a nossos clientes [...]</p> <p>Valores: Desenvolvimento Sustentável</p>
98	Ibrap Ind. Br. de Alumínio e Plásticos S/A	<p>Missão: Entender as necessidades e fornecer produtos e serviços eficientes ao mercado [...] contribuindo para a preservação do meio ambiente.</p> <p>Valores: Ética, Profissionalismo, Responsabilidade, Dinamismo, Comprometimento.</p>
70	Buschle e & Lepper S/A	<p>Missão: Gerar resultados, dentro da ética e legalidade, para atender as expectativas dos clientes, colaboradores, fornecedores, acionistas e comunidade.</p> <p>Valores: Credibilidade; Comprometimento; Integridade; Respeito ao Meio Ambiente; Valorização da pessoa.</p>
73	Anjo Química do Brasil Ltda.	<p>Missão: Proporcionar o melhor custo-benefício para nossos clientes, por meio de soluções inovadoras e sustentáveis.</p> <p>Princípios da Sustentabilidade: [...] Atender aos requisitos legais aplicáveis ao produto e a legislação ambiental e de segurança; Comprometimento com a comunidade, o meio ambiente e a prevenção da poluição;</p>



POSIÇÃO	EMPRESA	
50	Unimed Florianópolis	Missão: Promover Saúde e Qualidade de Vida , [...] com responsabilidade Socioambiental .
		Missão: Prover solução em saúde, atender com excelência os clientes e gerar trabalho e renda ao cooperado, com sustentabilidade .
88	Unimed Blumenau	Visão: Ser a melhor solução em saúde, sustentável e líder nos segmentos de atuação até 2015.
		Valores: Sustentabilidade nos negócios; Inovação com atitude; Ética nas relações; Excelência no atendimento; Equidade com todos os públicos.
12	Casan - Cia Cat. Águas e San.	Missão: [...] fornecer água tratada, coletar e tratar esgotos sanitários, promovendo [...] qualidade de vida e desenvolvimento sustentável .
48	Águas de Joinville	Missão: Oferecer soluções sustentáveis [...] melhoria da qualidade de vida , das condições ambientais e do desenvolvimento socioeconômico .
		Valores: Respeitar o Meio Ambiente; Respeitar o Ser Humano .
10	Cia Hering	Visão: Ser reconhecida como a mais rentável e melhor gestora de marcas de vestuário.
		Valores: Sustentabilidade - Ser economicamente rentável, promovendo a responsabilidade socioambiental .
28	Döhler e Controlada	Missão: Fabricar produtos têxteis para o mercado global, [...] compromissos internacionais em [...] responsabilidade social , ética e ambiental , [...]
35	Marisol e Controladas	Valores: Respeito ao Meio Ambiente
41	Dudalina S/A	Valores: Inovação: É antecipar-se, criando novos desejos de forma sustentável .
		Missão: Proporcionar renovação com produtos de cama, mesa, banho e decoração, de forma sustentável .
52	Karsten e Controladas	Visão: Ser referência em cama, mesa, banho e decoração, [...] de forma inovadora e com resultados sustentáveis .
		Valores: Ética: [...] Todos os recursos devem ser utilizados com seriedade, de modo racional e sustentável [...]
72	Círculo S/A	Valores: Responsabilidade Social , Ética e Ação Global.
18	Portonave S/A	Missão: Fornecer soluções logísticas que superem as expectativas do cliente [...] comprometida com a qualidade total e respeito ao meio ambiente .
		Valores: Responsabilidade Socioambiental
83	Concórdia Logística	Valores: Desenvolvimento sustentável – ambiental, sociocultural e econômico; Espírito empreendedor.
94	Multilog S/A	Valores: [...] Prezamos por segurança, pela infraestrutura e pelo meio ambiente .

Fonte: Dados da Pesquisa (2014).

A tabela permitiu visualizar as empresas que compõe a amostra, assim como a seção onde foram encontrados os termos relevantes a respeito da responsabilidade socioambiental. Possibilitou também o conhecimento dos setores aos quais cada companhia pertence e sua classificação entre as 100 maiores de Santa Catarina, conforme estabelecido pela Revista Amanhã, além dos trechos da missão, visão e valores em que foram encontrados os termos de busca aqui utilizados.

Foi possível verificar que as 10 maiores empresas têm algum termo na missão, visão e valores relacionado com a responsabilidade socioambiental. Dentre eles, os termos “sustentável” e “meio ambiente” apareceram quatro vezes cada. Ressalta-se que a palavra sustentável pode estar relacionada a diversos assuntos e não com a responsabilidade socioambiental. Dentre as 10 empresas, nenhuma delas apresentou termos relacionados nas três seções. Neste caso, as palavras-chave se encontram mais na missão e visão (três empresas) e nos valores (três empresas).

A Tractebel Energia e Controladas demonstrou os termos na visão e valores, sendo, entre as 10 primeiras, a que mais apresentou palavras-chave, evidenciando uma vez “sustentável” e três



vezes “meio ambiente”. Como será exposto adiante, está voltada ao respeito e preservação do meio ambiente em que está inserida.

Ressalta-se que do total das 48 empresas estudadas, quatro são do setor de Energia e três estão entre as 10 maiores companhias. Outra constatação a respeito do setor Elétrico é que apenas quatro das 10 empresas da amostra inicial têm termos relevantes relacionados com a responsabilidade socioambiental. É necessário destacar que este setor recebe regulamentação especial da ANEEL e tem obrigação de divulgar relatórios de sustentabilidade por exercer atividade de grande impacto social e ambiental. É perceptível que algumas destas empresas não projetam suas imagens de responsáveis e sustentáveis por meio de sua missão, visão e valores.

Quanto às seções analisadas apenas a Unisul do setor Educação, divulgou somente em sua visão termos relacionados à Responsabilidade Socioambiental. Salienta-se que o termo usado foi sustentável, o qual não se podem fazer muitas inferências por ter diversas conotações.

No caso da missão institucional, nove empresas apresentaram os termos pesquisados exclusivamente nesta seção. Dentre as 10 maiores, apenas o Grupo Weg, do setor de Máquinas e Equipamentos, evidenciou somente na missão aspecto relacionado ao tema, demonstrando que a empresa visa o crescimento sustentável.

Por outro lado, quanto à divulgação dos valores institucionais, 16 companhias apresentaram somente em seus valores alguma relação com o tema. Sendo os valores “um conjunto de princípios que orientam a tomada de decisão e o comportamento de todos os colaboradores, guiando as atividades de uma organização” (ANDRADE; AMBONI, 2010, p. 60), percebeu-se uma preocupação das companhias em demonstrar que suas atividades estão voltadas para o desenvolvimento sustentável. Porém, não é possível afirmar que no desenvolvimento das atividades econômicas isto ocorra.

São seis as companhias que apresentaram termos relacionados à responsabilidade socioambiental nas três seções, missão, visão e valores. Dentre elas, o setor financeiro teve duas representantes (Badesc e Sicob), enquanto os setores Energia, Plásticos e Borracha, Saúde e Têxtil e Confecções, cada um com uma companhia. Além destas, outras 11 organizações apresentaram termos relevantes para o estudo na sua missão e valores, onde duas pertencem ao setor Química (Buschle e Anjo). Observou-se que três empresas divulgaram alguma das palavras-chave em sua visão e valores, dentre elas a BRF Brasil Foods e a Tractebel Energia, enquanto duas apresentaram na sua missão e visão, sendo elas a Eletrosul Centrais Elétricas e a Coop. Reg. Auriverde.

A respeito dos termos relacionados à responsabilidade socioambiental, foram encontrados, além dos já citados no quadro 1, outros termos que totalizaram 30, sendo alguns deles: responsabilidade socioambiental, energia limpa, desenvolvimento social. Algumas destas palavras tem significado similar dentro do assunto, no entanto, determinadas empresas utilizaram-nas com conotações diferenciadas.

Como citado anteriormente, quando da composição das 100 maiores de Santa Catarina, o termo sustentável foi o mais encontrado dentre as 48 empresas, aparecendo 19 vezes no decorrer da pesquisa. No entanto, surge o mesmo problema, visto que sustentável pode ser relacionado a diversas linhas. Destaca-se aqui o desejo das companhias em repassar que buscam o crescimento sustentável de seus negócios, termo muito usado por elas principalmente no que tange à missão institucional.



O termo meio ambiente está citado 17 vezes entre as 49 empresas. Muitas delas citam que desejam preservar o meio ambiente e que trabalham em prol do mesmo, outras utilizam como um de seus valores, o respeito ao meio ambiente.

Outros termos comumente citados pelas empresas são: desenvolvimento sustentável (10), responsabilidade socioambiental (sete), sustentabilidade (sete) e responsabilidade social (seis). Neste caso, responsabilidade socioambiental está separada de responsabilidade social por que algumas empresas utilizam tão somente este último termo, repassando certa preocupação com a comunidade que está inserida.

Como apresentado na seção anterior os valores são os princípios norteadores do crescimento de uma empresa. Desta forma, a Anjo Química do Brasil Ltda., quando da definição de sua missão e seu negócio, apresenta, seus princípios, chamando de princípios de sustentabilidade, que aqui foram considerados como valores. Por meio destes a companhia afirma seu comprometimento com a comunidade e o meio ambiente em que está inserida. Demonstra também preocupação em prevenir a poluição. Outro ponto a ser destacado é sobre o setor Têxtil e Confecções, das oito empresas que iniciaram a pesquisa, 6 apresentaram os termos pesquisados. Ou seja, é o setor de maior participação dentre as 48 empresas estudadas. É importante ressaltar que o setor Têxtil e Confecções também gera grande impacto no ambiente, visto que sua atividade é prejudicial ao meio e também às comunidades que o cercam, merecendo atenção especial na forma como é exercida.

A respeito do setor Comércio – Atacado e Varejo, que conta com nove empresas dentre as 100 maiores, apenas uma companhia compôs a amostra fina, a Drogaria Catarinense. Embora as outras organizações não estejam no estudo, não é possível afirmar que não se preocupem com a responsabilidade socioambiental, pois, podem, em outros documentos, evidenciar tal preocupação e as práticas que exercem. Destaca-se o setor Cooperativas de Produção, visto que dentre as 100 maiores foram encontradas quatro companhias e estas estão compondo a amostra. Ou seja, após o processo de seleção, este setor continuou com todas as empresas que o representam e que possuem em sua missão, visão e valores algo relacionado ao tema responsabilidade socioambiental.

Por fim, o setor Metalurgia que antes respondia por oito empresas, possui apenas quatro empresas com algum termo relacionado à responsabilidade socioambiental na missão, visão e valores. Das quatro empresas, uma está entre as 10 maiores, a Tupy S/A e Controladas, 9ª maior.

Considerações Finais

A responsabilidade socioambiental dentro das organizações é parte integrante do planejamento estratégico, no entanto este artigo limitou-se a identificar na missão, visão e valores, indícios de atitudes em prol da responsabilidade socioambiental.

Entre as inferências sobre o objetivo do trabalho, pode-se concluir que foi alcançado, vez que foi possível identificar elementos da responsabilidade social ou ambiental nas empresas pesquisadas. No entanto identificar tais empresas e suas respectivas missões, visões e valores não são instrumentos suficientes para julgá-las como empresas responsáveis pelos seus atos sociais e ambientais. Ou seja, as empresas podem ter seus esforços e princípios voltados às premissas da responsabilidade social e ambiental, ou apenas divulgar uma imagem aos seus clientes, acionistas e outras partes envolvidas.



Ainda com relação aos resultados foi possível notar que pouco menos da metade das empresas da amostra inicial apresentaram aspectos relativos à responsabilidade socioambiental. Destacando-se o setor de Energia, visto que este sofre regulamentação especial devido aos impactos que a atividade de geração e transmissão de energia causa ao meio ambiente e a sociedade. Apenas quatro das 10 empresas que se encontram entre as 100 maiores apresentaram indícios de uma prática de responsabilidade social e ambiental.

Observa-se também que o setor Têxtil e Confecções, que exerce atividade impactante, apresentou seis empresas com algum conteúdo relacionado ao tema. Cabe salientar que na amostra inicial, este setor contou com oito empresas. Outro setor de destaque foi o de Cooperativa de Produção, onde todas as empresas classificadas neste setor entre as 100 maiores apresentaram termos presentes constantes na literatura. Por fim, pontua-se que a Tractebel Energia, que está entre as 10 maiores, é aquela com mais termos relacionados ao tema.

Assim, foi perceptível que algumas empresas catarinenses procuraram explicitar no planejamento estratégico sua preocupação voltada à sociedade e ao meio ambiente, transmitindo uma visão de empresa responsável e sustentável, que não pode ser comprovada apenas avaliando os aspectos missão, visão e valor. Para que isto aconteça é necessário um estudo mais aprofundado sobre as práticas de sustentabilidade realmente efetivas destas empresas.

Os resultados do estudo demonstraram que menos da metade das empresas que fizeram parte da amostra inicial apresentam algum indício de responsabilidade socioambiental, seja ela voltada ao meio social ou ambiental. Contudo, vale se ressaltar que muitas empresas empregaram termos genéricos em suas missões, visões e valores, frases de efeito que poderiam confundir o leitor a subentender que alguns destes podem ser empregados não somente aos princípios da responsabilidade socioambiental e por vez trata-se da rentabilidade ou sustentabilidade econômica da organização.

Referências

AMANHÃ: Gestão, Economia e Negócios. n. 298, set. 2013. Bimestral.

ANDRADE, R. O. B. de; AMBONI, N. **Estratégias de gestão:** processos e funções do administrador. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 266 p.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial:** conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo (SP): Saraiva, 2004. 320p.

BEURON, T. A. et al. Valores pessoais e organizacionais no contexto da gestão socioambiental. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 4, n. 1, p.62-78, jun. 2013. Semestral. Disponível em: <<http://sustenere.co/journals/index.php/rbadm/article/view/ESS2179-684X.2013.001.0005/260>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

BIANCHI, M. Et al. A Responsabilidade Social como parte integrante da cultura organizacional em empresas socialmente responsáveis: Análise de conteúdo entre a prática e o discurso. **Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios**, Florianópolis, v. 6, n. 1, p.160-191, abr. 2013. Quadrimestral. Disponível em:



<<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/919/1093>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

CARAVANTES, G. R.; PANNO, C. C; KLOECKNER, CARAVANTES, M. **Administração: teorias e processo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. xvii, 572p.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre (RS): ARTMED, 2007. 248p.

ESTIGARA, A.; LEWIS, S. A. L. B.; PEREIRA, R. **Responsabilidade social e incentivos fiscais**. São Paulo (SP): Atlas, 2009 189p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4a. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GOMES, G. A. et al. Responsabilidade Socioambiental Corporativa e Indicador de Maturidade Mediando Desempenho Estratégico para as Organizações. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 12, n. 26, p.244-269, abr. 2010. Quadrimestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2010v12n26p244/17411>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247p.

MATOS, F. G.; CHIAVENATO, I. **Visão e ação estratégica**. São Paulo (SP): Makron Books, 1999. xii, 166 p.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo (SP): Atlas, 2007.

MUSSOI, A.; JUNKES, R. J.; DA SILVA, R. V. Missão institucional: uma análise da efetividade e dos principais elementos presentes nas missões de empresas brasileiras de capital aberto. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36743/0>> Acesso em: 10 fev. 2014.

RABELO, N. S.; SILVA, C. E. Modelos de Indicadores de Responsabilidade Socioambiental Corporativa. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 2, n. 1, p.2-10, jun. 2011. Semestral. Disponível em: <<http://sustenere.co/journals/index.php/rbadm/article/view/ESS2179-684X.2011.001.0001/71>>. Acesso em: 12 fev. 2012.

TINOCO, J. E. P.; KRAEMER, M. E. P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo (SP): Atlas, 2004. 303p.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.



CONGRESSO UFSC *de*
Controladoria e Finanças &
Iniciação Científica em Contabilidade



THOMPSON, A. A.; STRICKLAND III, A. J.; GAMBLE, John E. **Administração estratégica**. 15. ed. São Paulo: McGraw Hill, 2008. xxxiii, 668p.

