

# ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DE MOGI GUAÇU: UMA PESQUISA DE CAMPO\*

**BOLOGNESI, Roselaine**

Faculdade Santa Lúcia

*roselainebognesi@yahoo.com.br*

**PRADO, Rafaella Caroline Silva**

Faculdade Santa Lúcia – PROINPEX

*rafah\_prado@hotmail.com*

## RESUMO

*Este trabalho é resultado de uma pesquisa realizada no Programa de Iniciação Científica do curso de Administração, como parte do Programa de Incentivo à Pesquisa e Extensão – PROINPEX, da Faculdade Santa Lúcia. O objetivo principal foi levantar o perfil dos gestores das Microempresas (ME) e das Empresas de Pequeno Porte (EPP) situadas na cidade de Mogi Guaçu e compreender como esse perfil interfere na cultura organizacional e na visão da empresa sobre ética e responsabilidade social. O levantamento de dados foi realizado através da aplicação de um questionário fechado e estruturado no responsável principal pela empresa. Os dados, depois de levantados, foram tabulados e analisados à luz do referencial teórico existente sobre o assunto. Trata-se, portanto, de uma pesquisa de campo. Como resultados principais verificou-se que a maior parte desse perfil de empresas tem razoável ou pouco interesse pelo tema da Responsabilidade Social, a*

---

\*Este artigo é resultado da pesquisa desenvolvida e finalizada no Programa de Iniciação Científica do curso de Administração, da Faculdade Santa Lúcia, entre abril de 2014 e maio de 2015, sob a orientação da profa. Dra. Roselaine Bognesi.

*maior parte considera a ética importante, entretanto, apenas uma minoria deseja vincular a sua imagem a uma imagem socialmente responsável e ecologicamente correta e apenas uma minoria de empresas tem muito interesse em conhecer mais sobre o assunto. Sobre o perfil dos gestores entrevistados, apenas 17% tem ensino superior completo e nenhum cursou a faculdade de Administração.*

**PALAVRAS-CHAVE:** *Microempresas, Empresas de Pequeno Porte, ética, responsabilidade social e cultura organizacional.*

## INTRODUÇÃO

As Microempresas e Empresas de Pequeno porte, mais conhecidas como ME ou EPP geram uma grande parcela de oportunidades no mercado de trabalho. Segundo o IBGE, geram 60% de empregos de todo o país, além de oportunidades como: o primeiro emprego e a inserção de pessoas mais velhas no mercado de trabalho. Devido à grande importância que as ME e EPP têm para o país e levando em consideração a importância de temas como ética e responsabilidade social no mundo dos negócios, é que a presente pesquisa se propôs a um levantamento, análise e reflexão sobre como tais temas se apresentam na realidade desse perfil de empresas e empresários numa cidade do interior do Estado de São Paulo.

Partiu-se da seguinte questão: qual a adesão das micros e pequenas empresas situadas em Mogi Guaçu à questão da Responsabilidade Social empresarial? Ainda, há relação entre o perfil educacional dos micros e pequenos empresários no que diz respeito a essa adesão? Qual a visão desse perfil de empresas sobre ética e responsabilidade social?

Como objetivo geral buscou-se levantar o perfil socioeducacional dos micro e pequenos empresários da cidade de Mogi Guaçu e compreender como esse perfil interfere na cultura organizacional e na visão da empresa sobre ética e responsabilidade social. Quanto aos objetivos específicos: a) levantar qual o perfil sócio educacional dos micros e pequenos empresários de Mogi Guaçu; b) levantar se as ME e EPP investigadas possuem ações que são compatíveis a uma visão ética e socialmente responsável; d) levantar qual é o grau de interesse das micro e pequenas empresas investigação sobre ética e responsabilidade social.

Partiu-se da hipótese que a adesão das micro e pequenas empresas de Mogi Guaçu a uma visão socialmente responsável ainda é pequena; de

que a falta de qualificação educacional interfere na cultura organizacional e na visão que a empresa tem sobre esses temas; de que muitas empresas já realizam ações socialmente responsáveis, porém, a maioria tem dificuldade em relacionar as suas ações à questão da ética e da responsabilidade social empresarial e de utilizar isso como diferencial para fortalecer a sua imagem perante a sociedade a aos seus diversos públicos interessados.

Sobre a metodologia, num primeiro momento foi realizado um levantamento bibliográfico e documental sobre o tema, buscando conhecer a singularidade e a importância econômica das ME e EPP para o país. Também foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema da ética e da responsabilidade social, buscando um aprofundamento teórico sobre o assunto e subsídios para a posterior análise dos dados levantados. A população investigada foi constituída pelas ME e EPP situadas na cidade de Mogi Guaçu. Tentou-se aplicar o questionário no maior número de empresas que se enquadrassem nesse perfil e de diferentes ramos de atuação. A coleta de dados foi realizada através da aplicação de um questionário fechado e estruturado, elaborado de acordo com o objetivo geral e específicos da pesquisa.

Os dados, depois de levantados, foram tabulados em programa de computador específico para esta finalidade (*Excel*) e apresentados em forma de gráficos. Posteriormente foi realizada uma análise qualitativa desses dados.

Tal pesquisa se justifica por se propor a compreender como o tema da ética e da responsabilidade social é compreendido e interfere atualmente nas ME e EPP locais. Também, por levantar informações que podem apontar para a tendência do mercado local no que diz respeito às questões éticas e sociais no mundo dos negócios atualmente; e por levantar informações que pudessem ajudar a traçar um perfil do micro e pequeno empresário local e o grau de adesão ou interesse desse perfil de empresas sobre ética e responsabilidade social, o que permitiu compreender as tendências do mercado local sobre essas questões e indicar novas possibilidades de pesquisas e de mercado.

## **2. MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL: ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Os pequenos negócios empresariais são formados pelas micro e pequenas empresas (MPEs) e pelos microempreendedores individuais (MEIs). No Brasil existem 6,4 milhões de estabelecimentos. Desse total, 99% são micro e pequenas empresas (MPEs). As MPEs respondem por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado (16,1 milhões). De acordo com o Portal do Empreendedor, no Brasil existem 3,7 milhões de MEIs

(dezembro/2013). As micro e pequenas empresas podem ser classificadas de acordo com o número de empregados e com o faturamento bruto anual. (SEBRAE-SP, 2015). De acordo com o faturamento bruto anual ver a **Figura 1**:

**Figura 1-** Classificação por Renda Bruta Anual

Porte	Faturamento Bruto Anual
Micro Empreendedor Individual (MEI)	Até R\$ 60 mil
Microempresa (ME)	Até R\$ 360 mil
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	Acima R\$ 360 mil até R\$ 3,6 milhões

**Fonte:** SEBRAE-SP (2015, s.p)

De acordo com o número de empregados ver a **Figura 2** (SEBRAE-SP, 2015):

**Figura 2-** Classificação por número de empregados

Porte	Comércio e Serviços	Indústria
Microempresa (ME)	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados
Empresa de médio porte	De 50 a 99 empregados	De 100 a 499 empregados
Grandes Empresas	100 ou mais empregados	500 ou mais empregados

**Fonte:** SEBRAE-SP (2015, s.p)

De acordo com informações publicadas pelo G1 ECONOMIA (2015, s. p.), tendo como fonte o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE),

O Brasil tem mais de 6 milhões de micro e pequenas empresas, que totalizam 99% dos negócios do país. A pesquisa foi feita pelo Sebrae em parceria com o Dieese, entre 2000 e 2011. 51% delas estão na região Sudeste. Quase 24% estão na região Sul e outros 15%, no Nordeste. Na região Norte, estão 3,5%, enquanto 7% estão no Centro-Oeste.

É importante destacar que as pequenas empresas geram quase 15 milhões de empregos formais. Estudos mostram que, a cada R\$ 100 em salários, R\$ 40 são pagos por micro e pequenos empresários. E o mais importante: no período pesquisado, os funcionários tiveram um aumento real três vezes maior que o de trabalhadores de grandes empresas. (G1 ECONOMIA, 2015)

Ribeiro (2015, s. p.) destaque que:

Os pequenos negócios representam cerca de 20% do PIB brasileiro ou pouco mais de R\$ 1 trilhão. Para o presidente do Sebrae Nacional, Luiz Barreto, para que o setor possa se desenvolver ainda mais no país, a Secretaria da Micro e Pequena Empresa terá um papel importante, com o aprimoramento do Supersimples, a simplificação da tributação, a desburocratização e a melhoria na concessão de crédito para as micro e pequenas empresas. Ele também comemora a redução da taxa de mortalidade das pequenas nos últimos 10 anos.

Pesquisas já realizadas demonstram que a escolaridade dos empresários de pequeno porte está melhor e acima da média da população brasileira: 47% dos empreendedores têm até o segundo grau completo, impactando positivamente na qualidade do empreendedorismo brasileiro. Do ponto de vista legislativo e tributário, o Projeto de Lei Complementar (PLP) - 221, aprovado em 2014, vai permitir a inserção de quase meio milhão de micro e pequenas empresas que faturam até R\$ 3,6 milhões por ano no Supersimples e uma redução média de 40% em sua carga tributária. Clínicas médicas, consultórios de dentistas, escritórios de advocacia, pequenas imobiliárias e mais de 200 outras atividades, até então enquadradas no regime de lucro presumido, passarão a ter o direito a aderir ao Supersimples.. (RIBEIRO, 2015).

Segundo Ribeiro (2015, s. p) no que se refere a este perfil de empresas,

A taxa de mortalidade vem diminuindo nos últimos 10 anos e em julho de 2013 a sobrevivência chegou a 76%. Há dez anos, esse índice era de 50%. A atual taxa mostra uma melhor capacidade das micro e pequenas empresas para superar dificuldades nos primeiros dois anos do negócio. Nesse período inicial, a empresa ainda não é conhecida no mercado, não possui carteira de clientes e, muitas vezes, os empreendedores ainda têm pouca experiência em gestão. É o período mais crítico porque a empresa está se lançando no mercado e muitas vezes o empreendedor não tem experiência na gestão de um negócio. Mas, qualquer taxa de sobrevivência acima de 70% já pode ser considerada positiva.

De acordo com o SEBRAE (2014, p.6)

Em 1985, o IBGE calculou em 21% a participação dos pequenos negócios no PIB. Como não havia uma atualização desse indicador desde então, o Sebrae contratou a Fundação Getúlio Vargas para, utilizando a mesma metodologia, avaliar a evolução deste indicador. E o resultado foi muito positivo: em 2001, o percentual cresceu para 23,2% e, em 2011, atingiu 27% - ou seja, mais de um quarto do Produto Interior Bruto brasileiro é gerado pelos pequenos negócios. As Micro e Pequenas Empresas já são as principais geradoras de riqueza no comércio no Brasil (53,4% do PIB deste setor). No PIB da indústria, a participação das micro e pequenas (22,5%) já se aproxima das médias empresas (24,5%). E no setor de Serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) têm origem nos pequenos negócios.

## 2.1. Ética e responsabilidade social

A ética pode ser definida como a teoria, ciência ou reflexão sobre a Moral. De acordo com Vasquez (1987, p.11),

A ética é teoria, investigação ou explicação de um tipo de experiência humana ou forma de comportamento dos homens, o da moral, considerada, porém na sua totalidade, diversidade e variedade. O que nela se afirma sobre a natureza ou fundamento das normas morais deve valer para a moral da sociedade grega, ou para a moral que vigora de fato numa comunidade humana moderna. É isso que assegura o seu caráter teórico e evita sua redução a simples disciplina normativa ou pragmática. O valor da ética como teoria está naquilo que explica, e não no fato de prescrever ou recomendar com vistas à ação em situação concreta.

Derivada da palavra grega *ethos*, que significa “modo de ser”, “caráter”, “uso”, “costume” ou “comportamento”, a ética, já na antiguidade, era definida como o caminho seguro para a felicidade e fundada no princípio da responsabilidade, ou seja, na capacidade de ser capaz de responder pelo que se faz. (CHAUI, 201, grifos nossos)

Ao longo do seu desenvolvimento enquanto ciência, a ética foi procurando se diferenciar da moral, melhor dizendo, afirmando a sua universalidade enquanto aquela que reflete e busca uma compreensão lógica sobre o comportamento moral do homem em sociedade. Para a filósofa Marilena Chaui, a ética corresponde à educação das nossas vontades pela

razão, para uma vida bela, justa e feliz. A ética é criada pela ação humana e existe graças ao nosso agir reflexivo. É, portanto, uma construção histórica e social. (CHAUI, 2011).

No campo empresarial ou mundo dos negócios “[...] A ética empresarial tem por objetivo compreender princípios e padrões que orientam o comportamento no mundo dos negócios”. Ainda, “o campo da ética empresarial trata de questões tais como saber se práticas empresariais específicas são aceitáveis ou não”. (FERREL; FRAEDRICH; FERREL, 2001, p. 6).

Para Dias (2012, p.93),

A Responsabilidade Social (RS) é fundamentalmente baseada em valores, o que é bom, justo, saudável e tem como um de seus fundamentos a transparência. Os valores constituem a base do conceito de responsabilidade social, a conduta ética da empresa é o que se espera destas quando se tem em mente uma ação socialmente responsável. Nesse sentido, pode-se afirmar que a responsabilidade social pode ser entendida como um contrato moral, um intercâmbio recíproco de expectativas entre as empresas e a sociedade. Para a concretização desse contrato moral, é fundamental que a cultura da organização expresse com nitidez os valores compartilhados pelos seus integrantes.

Para Ferrel, Fraedrich e Ferrel (2001, p.7-8), “se um comportamento específico é certo ou errado, ético ou antiético, é assunto frequentemente determinado pelo *stakeholders*, tais como investidores, clientes, grupos de interesse, empregados, o sistema jurídico vigente e a comunidade. Ainda, ” Nesse contexto, a responsabilidade social deve ser considerada um contrato com a sociedade, ao passo que “a ética empresarial envolve regras de conduta da empresa, cuidadosamente pensada que orientam a tomada de decisões da organização.”

Responsabilidade empresarial é reconhecer o caráter de patrimônio insubstituível das empresas como base da economia de uma sociedade que busca ser democrática, que valoriza sua cidadania e usa de forma sustentável a natureza, sem comprometer gerações futuras. O saber fazer empresarial – organizar e fazer funcionar uma empresa supõe enorme criatividade, ousadia e base científica e técnica, não desperdiçando recursos humanos, materiais e econômicos, para não levar à destruição da própria empresa como organização da sociedade – é um enorme bem social. Que tal empresa seja capitalista, também, não é desculpa para praticar a irresponsabilidade. (MANSUR; TORRES, 2008, p.12)

Conforme ressalta Ashley (2005), atualmente as organizações devem estar atentas às suas responsabilidades econômicas e legais, todavia, cresce a importância das suas responsabilidades éticas, morais e sociais.

Responsabilidades éticas correspondem a atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados (no sentido positivo) ou proibido (no sentido negativo) por membros da sociedade, apesar de não codificados em lei. Elas envolvem uma série de normas, padrões e expectativas de comportamento para atender àquilo que os diversos públicos (*stakeholders*) com os quais a empresa se relaciona consideram legítimo, correto, justo ou de acordo com os seus direitos morais ou expectativas. (ASHLEY, 2005, p.4)

Atualmente, no âmbito empresarial, a responsabilidade social está associada ao conceito de sustentabilidade e este, por sua vez, se realiza através do conceito *triple bottom line*. Essa expressão surgiu nos anos de 1990 e se tornou conhecida do público em 1997, com a publicação do livro *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21 century business*, de Jonh Elkington, e desde então inúmeras organizações, como a GRI (*Global Reporting Initiative*) vem o promovendo de forma que as organizações sejam estimuladas a refletirem sobre um conjunto de valores, objetivos e processos focados em criar valor em três dimensões: econômica, social e ambiental. Portanto, uma organização ou empresa socialmente responsável deve procurar utilizar do seu poder econômico de forma responsável, preocupando-se com os impactos sociais das suas atividades e protegendo os ecossistemas. (DIAS, 2012)

No que diz respeito à Responsabilidade Social Empresarial (RSE) voltada para micro e pequenas empresas, desde 2003 o Instituto *Ethos* e o SEBRAE desenvolveram duas publicações, buscando incentivar e contribuir para que a RSE fosse incorporada pelo universo das micro e pequenas empresas: Ferramentas de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas, e Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – passo a passo. Tais publicações formam um conjunto de ferramentas de gestão para micro e pequenas empresas e estão disponíveis gratuitamente em nos *websites* do Instituto Ethos e do Sebrae. Em 2006 o Instituto *Ethos* revisou o conteúdo dos indicadores e facilitou a sua aplicação através de um sistema *on-line* de preenchimento. Tais indicadores são estruturados em forma de questionário e constitui-se numa ferramenta que pode ser utilizada pelas empresas para aprofundarem o seu comprometimento com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. (CAMAROTO, 2013)

O Instituto Ethos-SEBRAE (2003, p.6 ) ressalta que:

É verdade que muitas micro e pequenas empresas já contribuem para a melhoria das comunidades nas quais estão presentes. Mas esta deve ser uma postura sistemática, para enraizar valores como a solidariedade em nosso meio social. E, nesse aspecto, o poder dos pequenos negócios é inigualável. Eles reúnem cerca de 45% dos trabalhadores do país e são importantes agentes econômicos em aproximadamente 80% dos municípios brasileiros.

A RSE abrange todos os tipos de empresas e diz respeito à maneira como as empresas realizam seus negócios, os critérios que utilizam para a tomada de decisões, os valores que definem suas prioridades e os relacionamentos com todos os públicos com os quais interagem. Nesse sentido, os princípios e diretrizes que orientam uma gestão socialmente responsável nas micro e pequenas empresas são os mesmos que também podem adotar as médias e grandes e empresas. (ETHOS-SEBRAE, 2003)

Conforme Ethos-SEBRAE (2003, p.7)

A pequena empresa que adota a filosofia e práticas da RSE tende a ter uma gestão mais consciente e maior clareza quanto à própria missão. Consegue um melhor ambiente de trabalho, com maior comprometimento de seus funcionários, relações mais consistentes com seus fornecedores e clientes e melhor imagem na comunidade. Tudo isso contribui para sua permanência e seu crescimento, diminuindo o risco de mortalidade, que costuma ser alto entre os novos negócios. Ao assumirem uma postura comprometida com a Responsabilidade Social Empresarial, micro e pequenos empreendedores tornam-se agentes de uma profunda mudança cultural, contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e solidária.

### **3. ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DE MOGI GUAÇU: UMA PESQUISA DE CAMPO**

Para Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa de campo é utilizada quando se tem o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou para responder a uma hipótese.

Na pesquisa de campo, o objeto/fonte é abordado em seu

meio ambiente próprio. A coleta de dados é feita nas condições naturais em que os fenômenos ocorrem, sendo assim diretamente observados, sem intervenção e manuseio por parte do pesquisador. Abrange desde os levantamentos (*surveys*), que são mais descritivos, até estudos mais analíticos. (SEVERINO, 2007, p. 123)

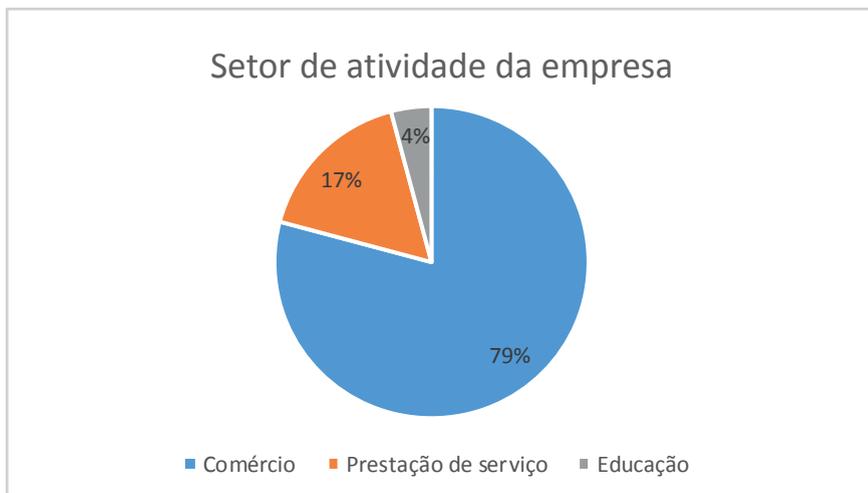
Como instrumento de coleta de dados optou-se pela utilização de um questionário estruturado contendo, no total, 31 questões fechadas. Conforme Bervian, Cervo e Da Silva (2007, p.53), “[...] as perguntas fechadas são padronizadas, de fácil aplicação, simples de decodificar e analisar [...]”. Para Barbosa (2010), as perguntas fechadas seguem um roteiro definido previamente e não permitem aberturas para outras considerações por parte dos entrevistados. Do total de questões, 21 foram sobre o perfil da empresa e sua relação com a ética e a responsabilidade social empresarial; e 10 perguntas sobre o perfil do gestor responsável pela empresa.

A população investigada foi composta por microempresas e empresas de pequeno porte situadas na cidade de Mogi Guaçu e, considerando que localmente é grande o número de empresas com este perfil, fez-se a opção por deixar a amostra em aberto, ou seja, optou-se por aplicar o questionário no maior número possível de empresas. Foram distribuídos 100 questionários – no centro e bairros da cidade – sendo todos entregues pessoalmente pela pesquisadora e de forma impressa. Depois de alguns retornos nas empresas para reaver os questionários, de uma certa resistência das empresas em aceitar colaborar com a pesquisa e de muitos questionários não devolvidos, o retorno obtido e considerado para a presente pesquisa foi de 27 respondentes. Os questionários foram respondidos sem a presença do investigador e preenchidos pelos próprios entrevistados. Para manter total sigilo sobre a identidade pessoal dos respondentes, em nenhum momento foram solicitados dados pessoais.

### 3.1 Resultados e análise

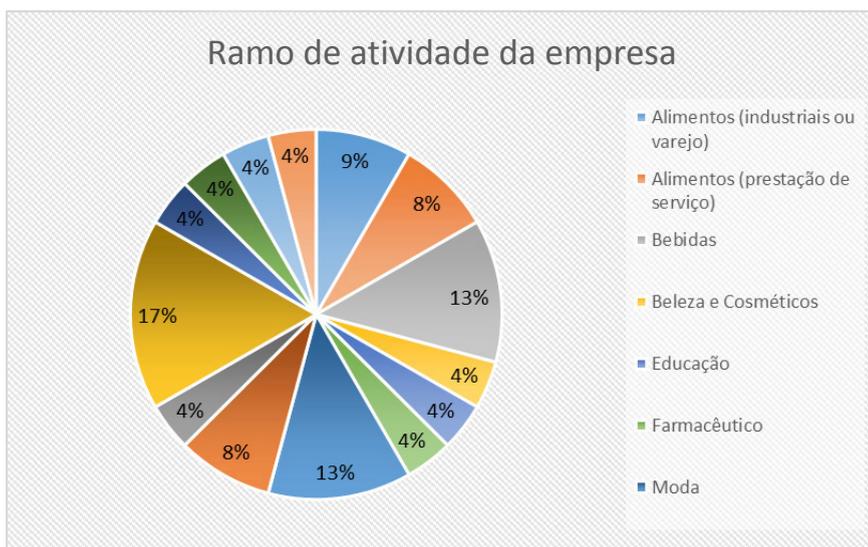
Sobre o perfil das empresas investigadas, 83% se denominaram como Microempresas e 17% como Empresas de Pequeno Porte. Das 27 empresas investigadas 79% responderam que são empresas do comércio, 17% prestadoras de serviço e 4% do setor educacional. Ressaltando que o setor de educação pode ser considerado como uma empresa prestadora de serviços. Nenhuma, portanto, é do ramo industrial. Conforme **Figura 3**:

**Figura 3** – Setor de atividade da empresa



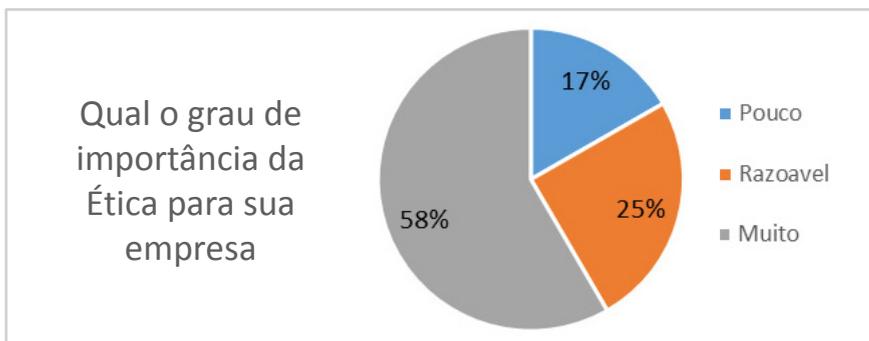
Com relação ao ramo de atividade da empresa, há uma diversidade bastante grande, sendo que a maioria respondeu que é do ramo de Beleza e Cosméticos (17%), Moda (13%) e Bebidas (13%), conforme **Figura 4**:

**Figura 4** – Ramo de atividade da empresa



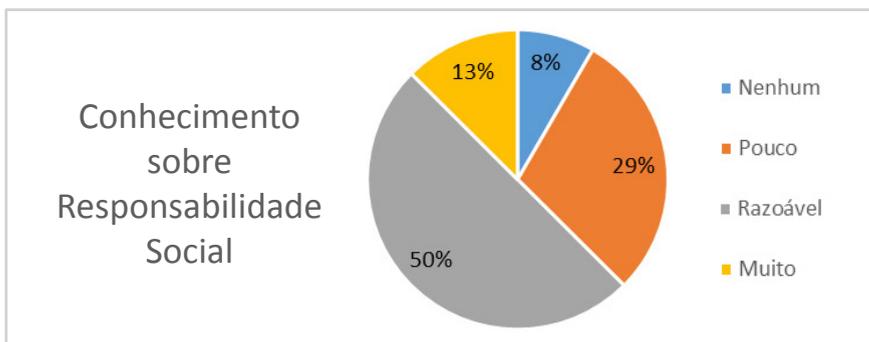
Quando questionadas sobre o grau da importância da ética para a empresa, obteve-se como resultado que para 58% é muito importante, para 25% razoavelmente importante e para 17% pouco importante. Conforme **Figura 5**:

**Figura 5** – Importância da ética para a empresa



No que diz respeito ao conhecimento da empresa sobre Responsabilidade Social, 50% responderam ter um interesse razoável, 29% tem pouco interesse e apenas 13% muito interesse. Conforme **Figura 6**:

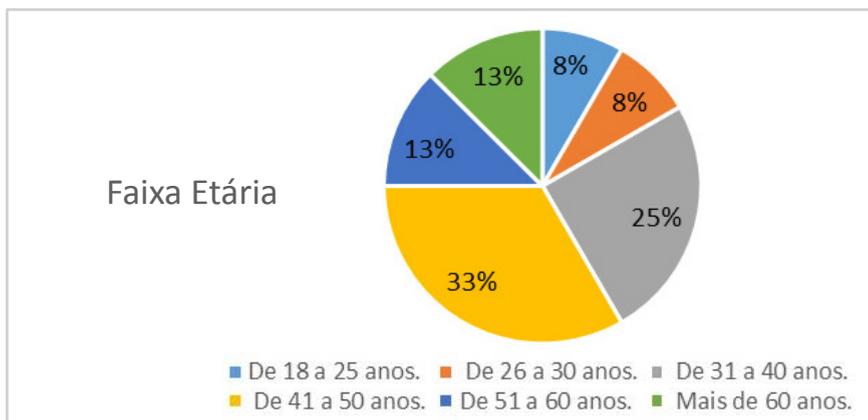
**Figura 6** – Conhecimento sobre Responsabilidade Social



Algumas questões foram elaboradas buscando traçar o perfil do gestor responsável pela empresa, ou seja, aqueles que se denominam no questionário como donos, gerentes ou diretores da empresa. Tais respostas

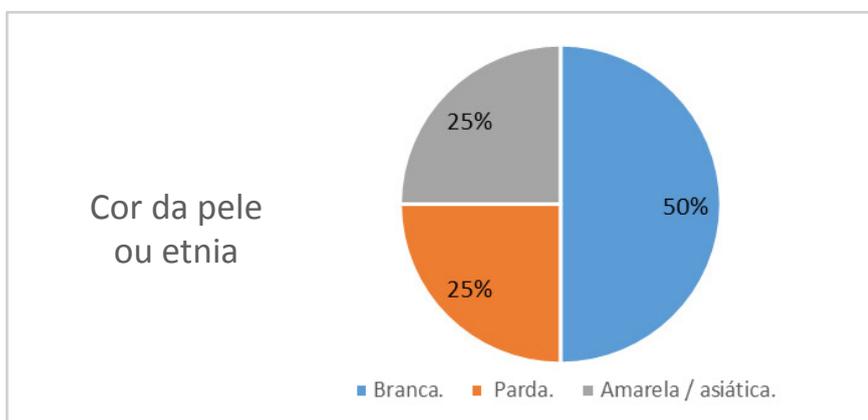
permitiram identificar que do total de empresas investigadas, 58% dos gestores principais é do sexo masculino e 42% do sexo feminino. Com relação à faixa etária, a maioria (33%) tem entre 41 e 50 anos ou entre 31 e 40 anos (25%). A faixa etária entre 18 até 30 anos corresponde a apenas 16% do total. Ver **Figura. 7**

**Figura 7** – Faixa etária



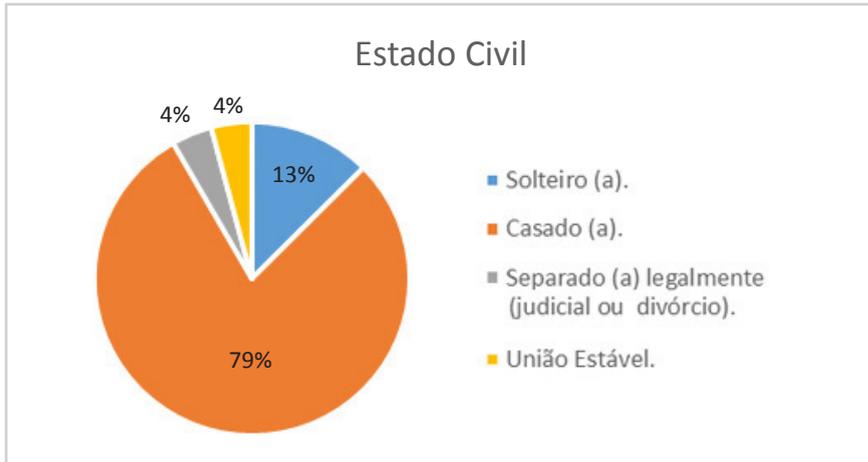
A maioria dos entrevistados são de pessoas brancas (50%), conforme **Figura 8**:

**Figura 8** – Cor da pele ou etnia



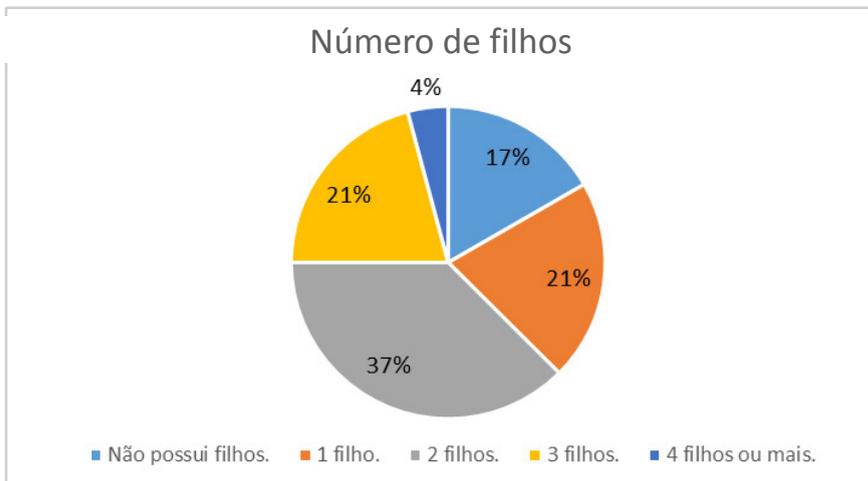
Sobre o estado civil, a maior parte dos entrevistados são de pessoas casadas (79%), conforme **Figura 9**:

**Figura 9**– Estado Civil



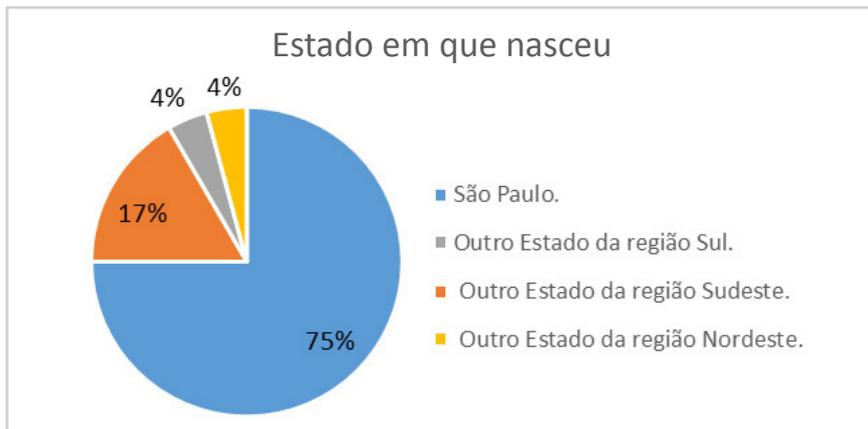
Ainda, a maior parte dos microempresários e pequenos empresários investigados possui filhos (83%), conforme **Figura 10**:

**Figura 10** – Número de filhos



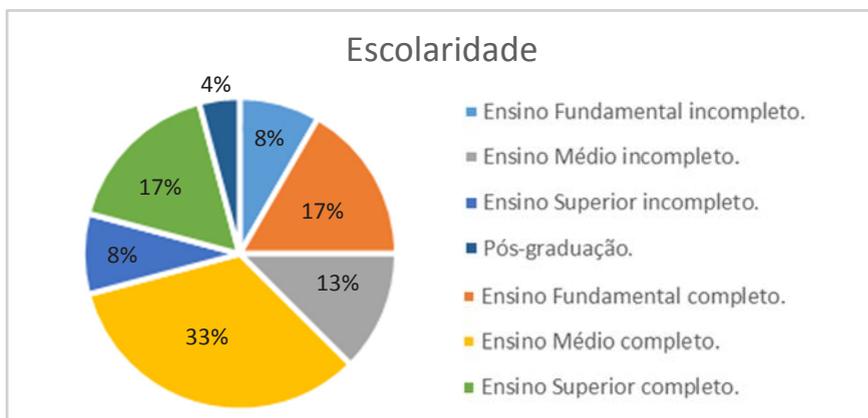
Os dados também revelaram que a maioria dos entrevistados nasceu no Estado de São Paulo (75%) ou em outro Estado da região sudeste (17%). Ver **Figura 11**:

**Figura 11** – Estado em que nasceu



Com relação a escolaridade, os dados levantados indicam que apenas 17% tem o ensino superior completo, 8% tem o ensino superior incompleto, 33% tem o ensino médio completo, 8% o ensino médio incompleto, 17% o ensino fundamental completo. Apenas um respondente, que corresponde a 4% dos entrevistados, possui pós-graduação. Conforme **Figura 12**:

**Figura 12** – Escolaridade



Tais dados são importantes e revelam que a média de escolaridade do microempresário e empresário de pequeno porte de Mogi Guaçu está um pouco acima da média nacional, ou seja, na soma, 62% tem, no mínimo, ensino médio completo. Nacionalmente, 47% dos empreendedores têm até o segundo grau completo. O Sebrae destaca que a escolaridade tem um impacto positivo na qualidade do empreendedorismo brasileiro. Por sua vez os dados levantados também revelaram que daqueles que possuem ensino superior completo, nenhum cursou a faculdade de administração e 83% nunca fez nenhum curso técnico na área da administração.

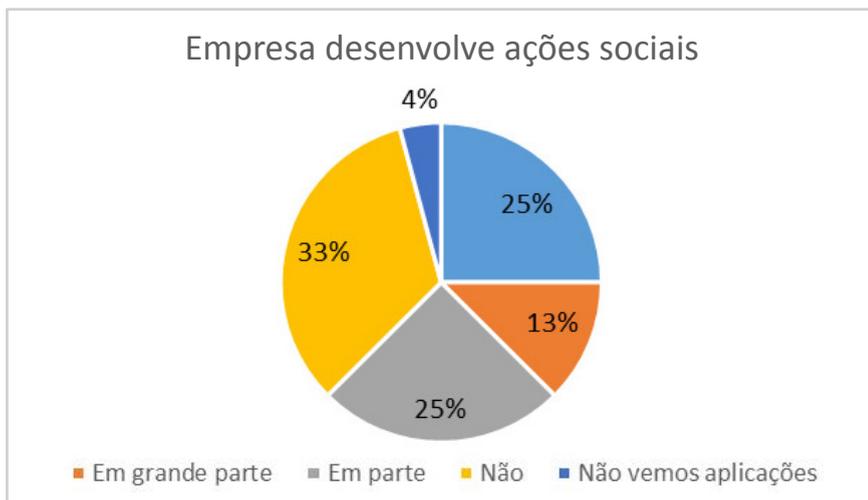
Quando questionados sobre o fato de participarem de palestras ou curso de atualização profissional, 54% respondeu não participar e 46% responderam que participam. Conforme **Figura 13**:

**Figura 13** – Participação em palestras e cursos de atualização profissional



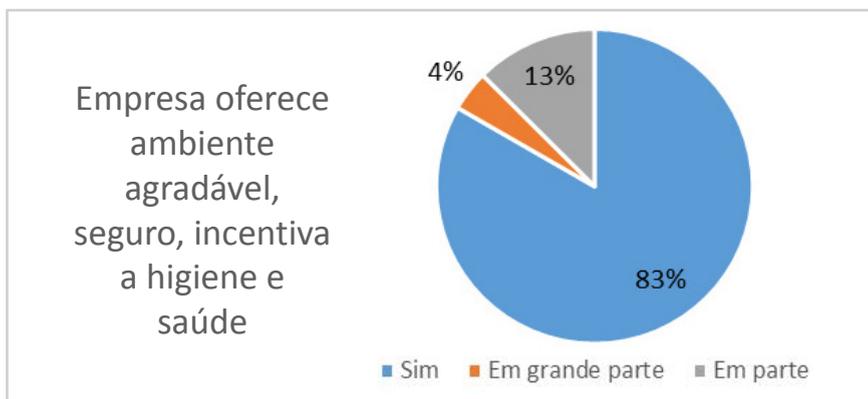
No que diz respeito a relação da empresa com a ética e a responsabilidade social, obteve-se que apenas 4% realiza plenamente ações nesse sentido, ou seja, apenas uma empresa e justamente aquela cujo gestor possui pós-graduação. 13% diz que realiza em grande parte, 25% em parte e, surpreendentemente, 33% não realiza esse tipo de ação e 25% nem vê aplicação disso na sua empresa. Ou seja, somadas, 58% não realiza nenhuma ação socialmente responsável e nem vê aplicação disso na sua empresa. Conforme **Figura 14**:

**Figura 14** – Empresas e ações sociais



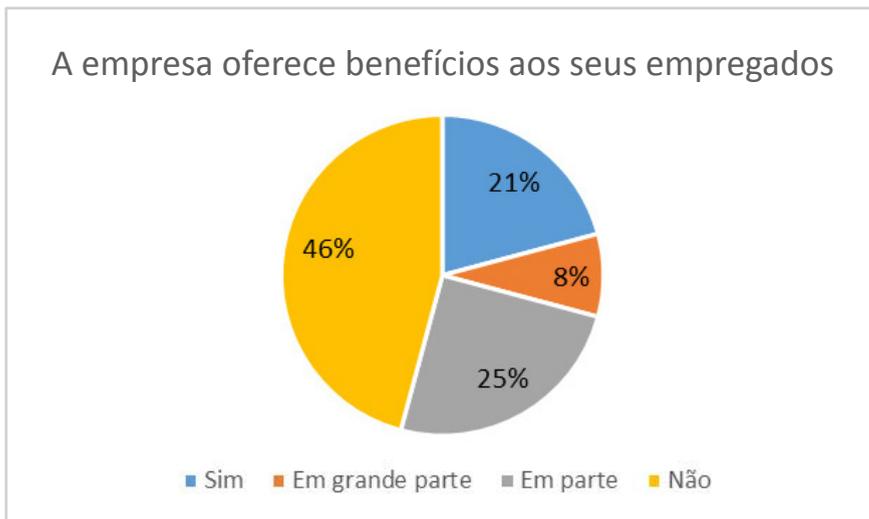
Buscando aprofundar o conhecimento e melhor compreender a relação desse perfil de empresas com a ética e a responsabilidade social empresarial, foram elaboradas questões que tinham por objetivo verificar se a empresa apresenta atitudes e comportamento compatíveis com a responsabilidade social empresarial. Quando questionadas, por exemplo, sobre o fato de oferecerem um ambiente de trabalho agradável, seguro e limpo, a grande maioria, 83%, respondeu que sim, 13% em parte e 4% em grande parte. Ver **Figura 15**:

**Figura 15**– Empresas e ambiente agradável, seguro e limpo



Sobre o fato de oferecerem benefícios aos seus empregos, como vale refeição ou alimentação, plano de saúde ou qualquer outro auxílio, 46% respondeu não, porém 25% em parte, 21% sim e 8% em grande parte. Observa-se que nenhuma empresa respondeu não conceder nenhum benefício. Conforme **Figura 16**:

**Figura 16**– Empresas e benefícios aos empregados

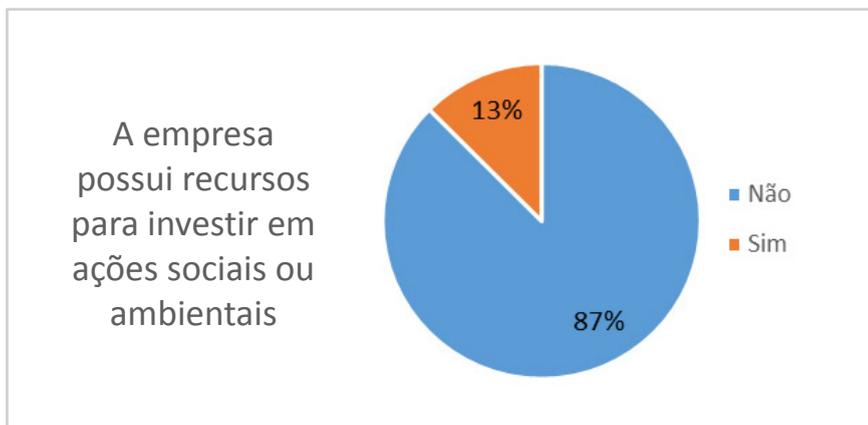


A maioria das empresas entrevistadas também respondeu que incentiva o desenvolvimento profissionais dos seus colaboradores (58%), 21% em parte e 13% em grande parte. Apenas 8% responderam não incentivar.

No que diz respeito aos impactos de sua ação na sociedade e no meio ambiente, a maior parte das empresas (62%) responderam não realizar pesquisas, nem qualquer outro tipo de levantamento visando identificar problemas gerados pela sua atuação. 17% responderam realizar e 17% em parte. Apenas 4% responderam não ver aplicação disso na sua empresa.

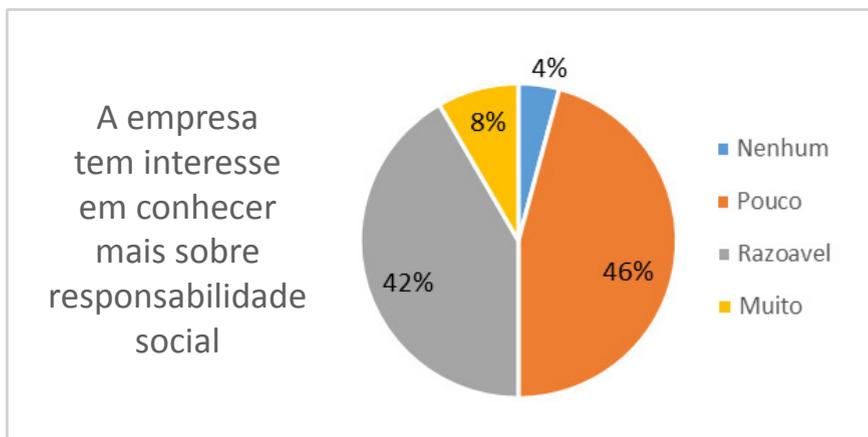
Quando questionadas sobre o fato de possuírem recursos específicos para investimentos em ações sociais e ambientais, 87% das empresas responderam não e apenas 13% responderam sim. Conforme **Figura 17**:

**Figura 17**– Empresas e recursos para investimentos em ações sociais e ambientais



A maior parte das empresas também revelaram ter pouco interesse (46%) ou nenhum interesse (17%) em vincular a sua imagem a uma imagem socialmente responsável e ecológicamente correta. Apenas 8% respondeu ter muito interesse nisso. De forma compatível com esta resposta, quando questionados sobre o fato de terem interesse em conhecer mais sobre Responsabilidade Social, 46% também responderam ter pouco interesse, 42% um interesse razoável, 4% nenhum interesse e apenas 8% muito interesse. Conforme **Figura 18**:

**Figura 18**– Empresas e recursos para investimentos em ações sociais e ambientais



Ao analisar a relação entre a escolaridade, o conhecimento e o interesse por Responsabilidade social, na população investigada, os dados revelaram que o fato de ter ensino superior completo não faz diferença quando se trata do conhecimento e do interesse da empresa por este tema. Uma das hipóteses é de que isto tenha relação com o fato de que nenhum dos respondentes cursou administração. A pós-graduação, por sua vez, parece sim ter relação, pois o único respondente neste perfil respondeu realizar plenamente ações socialmente responsável, bem como ter muito interesse em saber mais sobre o assunto. Entre aqueles que tem apenas o ensino fundamental, o interesse pelo tema se demonstrou razoável e pequeno. Nenhum respondente nesse perfil deseja atrelar a imagem da sua empresa a uma imagem socialmente correta e ecologicamente responsável. Desses 33% (9 de 27) de respondentes que tem apenas ensino fundamental completo ou incompleto, nenhum fez curso técnico na área de administração, apenas um (1) respondeu frequentar cursos e palestras na área e nenhum respondeu ter muito interesse sobre o assunto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa partiu da hipótese de que a adesão dos Microempresários (ME) e Empresários de Pequeno Porte (EPP) de Mogi Guaçu à Responsabilidade Social Empresarial era pequena, de que muitas empresas já realizam algumas ações relacionadas a este tema, porém, muitas não conseguem relacionar sua prática com as teorias e conceituações existentes. Depois de sistematizados e analisados, os dados revelam de que fato a adesão desse perfil de empresário à Responsabilidade Social é pequena, todavia, a maioria, 58%, consideram a ética muito importante para os negócios, bem como a maioria, ou seja, 83%, se preocupam em oferecer um ambiente de trabalho agradável, seguro e limpo para os colaboradores. O interesse pelo tema se demonstrou baixo e apenas uma das empresas investigadas apresentou procurar desenvolver plenamente ações socialmente responsáveis.

No que diz respeito ao perfil dos empresários, a maioria é do sexo masculino (58%), porém há um percentual considerável, de 42%, do sexo feminino. Com relação à faixa etária, os empreendedores revelaram-se mais velhos, ou seja, a maioria (84%) tem mais de 30 anos. Chamou a atenção o fato de que os jovens empreendedores, na faixa etária entre os 18 e 25 anos, correspondem a apenas 8% dos entrevistados, enquanto 13% tem acima de 60 anos. A maioria é de pessoas brancas (50%), casadas (79%) e com filhos (83%).

Já a média de escolaridade do ME e EPP de Mogi Guaçu está um pouco acima da média nacional, ou seja, na soma, 62% tem, no mínimo, ensino médio completo. Nacionalmente, 47% dos empreendedores têm até o ensino médio completo.

Enfatizando que as micro e pequenas empresas tem papel fundamental no sentido de enraizar valores como a solidariedade em nosso meio social, através do exemplo, coerência e legalidade de suas práticas, devendo assumir uma postura ética, socialmente justa e ecologicamente responsável e contribuir ainda mais para a construção de uma sociedade mais cidadã, igualitária, democrática e sustentável para todos, os dados revelaram que ainda há um longo caminho de conscientização e educação a ser percorrido, um enorme mercado a ser aberto e explorado nesse sentido. Afinal, os microempresários e pequenos empresários investigados não possuem formação superior na área da administração e demonstraram pouco conhecimento e interesse pelo tema da ética e da responsabilidade social empresarial.

## REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P. A. (coord.). **A Responsabilidade Social nos Negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BARBOSA, D.. **Manual de Pesquisa**: metodologia de estudos e elaboração de monografia. 2 ed. São Paulo: Expressão & Arte, 2010.
- CAMAROTTO; E. N. S.. **Balanco Social e Responsabilidade Social nas Microempresas e Pequenas empresas localizadas na cidade de Itapira**. TCC Ciências Contábeis. AEDASLU – Associação Educacional e Assistencial Santa Lúcia. Mogi Mirim. 2013.
- CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. e DA SILVA, R.. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson, 2007.
- CHAUÍ, M.. **Convite à Filosofia**. 14ª ed. São Paulo: Ática, 2011.
- DIAS, R.. **Responsabilidade Social**: fundamentos da gestão. São Paulo: Atlas, 2012.
- ETHOS-SEBRAE. **Empresas, e Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – passo a passo**. São Paulo: Ethos/Sebrae, 2003. Disponível em: [http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos-Sebrae\\_2013\\_PORT.pdf](http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos-Sebrae_2013_PORT.pdf). Acesso em agosto de 2015.
- FERREL. O.C.; FRAEDRICH, J.; FERRELL, L.. **Ética empresarial**: dilemas, tomadas de decisões e casos. 4ª ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso editores, 2001.
- G1 ECONOMIA. **Micro e pequenas empresas são 99% do total no país, mostra**

**pesquisa**. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2012/02/micro-e-pequenas-empresas-sao-99-do-total-no-pais-mostra-pesquisa.html>> . Acesso em julho de 2015.

LAKATOS, E. V.; MARCONI, M. de A.. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MANSUR, C.; TORRES, C.. **Balanco social, dez anos: O desafio da transparência**. Rio de Janeiro: IBASE, 2008. Disponível em:< <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em março de 2013.

RIBEIRO, É.. A taxa de mortalidade das empresas mostra avanços. In: **FENACON**. Disponível em: <<http://www.fenacon.org.br/noticias-completas/1568>>. Acesso em agosto de 2015.

SANTOS, A. R.. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SEBRAE-SP. **Pequenos Negócios em Números**. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/index.php/234-uncategorised/institucional/pesquisas-sobre-micro-e-pequenas-empresas-paulistas/micro-e-pequenas-empresas-em-numeros>>. Acesso em agosto de 2015.

SEBRAE. **Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>> . Acesso em agosto de 2015.

SEVERINO, A. J.. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

VÁSQUEZ, A. S.. **Ética**. 10ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1987.