

**FACER FACULDADES – UNIDADE DE RUBIATABA**

**LEANDRO MARCOS RAMOS BATISTA DE CASTILHO**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL  
PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE DE PILAR DE GOIÁS COM A  
EMPRESA TONIOLO, BUSNELLO S/A.**

**M  
658  
C352r**

**135374**



**L0000153022**

**Biblioteca FER/Rubiataba**

Rubiataba - GO

2015

*TE 135374*

LEANDRO MARCOS RAMOS BATISTA DE CASTILHO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**  
**PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE DE PILAR DE GOIÁS COM A**  
**EMPRESA TONIOLO, BUSNELLO S/A.**

Monografia apresentada como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel do curso de administração da FACER - Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba.

Professor Orientador: Francinaldo Soares de Paula

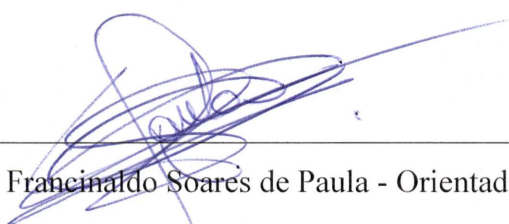
Rubiataba - GO

2015

LEANDRO MARCOS RAMOS BATISTA DE CASTILHO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**  
**PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE DE PILAR DE GOIÁS COM A**  
**EMPRESA TONIOLO, BUSNELO S/A.**

Monografia apresentada como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel do curso de administração da FACER - Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba.




---

Prof. Francinaldo Soares de Paula - Orientador  
Mestre em Administração

---

Prof. Marco Antônio Pereira de Abreu - Avaliador  
Mestre em Ecologia e Produção Sustentável



---

Prof.ª Maura Sousa da Silva de Paula - Avaliadora  
Mestra em Administração

Rubiataba, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

## DEDICATÓRIA

*Aos meus familiares, que sempre me incentivaram.*

*Meus pais e irmãos pelo apoio durante os estudos.*

*Aos filhos e sobrinhos, que me admiram como um modelo a ser seguido, forçando-me a fazer de mim o que desejo que eles sejam.*

*A Deus, pela inteligência e persistência.*

## AGRADECIMENTOS

*Agradeço aos meus professores, que contribuíram de todas as formas possíveis: a atenção que nunca foi negada, dando total liberdade para esclarecer dúvidas; pela amizade, proporcionando um clima agradável em sala de aula; o incentivo individual, fortalecendo a perseverança para conclusão do curso; elogios que aumentaram a confiança e autoestima; e críticas, que sanaram as falhas.*

*A todos colaboradores da instituição FACER: diretoria, coordenação, secretaria, biblioteca, financeiro, serviços gerais, etc., que sempre buscaram da melhor maneira, a satisfação dos alunos e resolução de pendências, colaborando muito para que as dificuldades não se sobressaíssem ao desejo de se formar.*

*“Para que o mal triunfe,  
basta que os bons fiquem de  
braços cruzados.”*

Edmund Burke

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral identificar o grau de satisfação da comunidade de Pilar de Goiás com a empresa Toniolo, Busnello S/A. Os objetivos específicos deste trabalho será fazer uma pesquisa de campo na comunidade de Pilar de Goiás, com utilização de um formulário, apresentando questões objetivas, com alternativas de acordo com o nível de satisfação ou descontentamento da população com cada atividade da empresa que afeta a rotina da cidade; e perguntas abertas, onde o entrevistado poderá expor com maior clareza seu ponto de vista, expectativas e imagem que a empresa passa à sociedade quando seu nome é relacionado a assuntos relevantes para áreas sociais e ambientais. O referencial teórico abordará o tema “responsabilidade social”, um dos motivos pelos quais esta pesquisa é feita, demonstrando a importância que tem este assunto atualmente para as organizações, tanto pelo propósito de retribuir à região explorada uma parte da riqueza que é tirada dela; quanto pelo próprio marketing da empresa perante seus clientes; fornecedores; colaboradores e sociedade, beneficiando assim, ambos os lados. Ao final do trabalho, conclui-se que há algumas expectativas irreais de algumas pessoas, confusas entre a responsabilidade social empresarial e os deveres de responsabilidade do poder público, porém há questões levantadas que podem ser implementadas e/ou melhoradas. No geral, a empresa apresentou um resultado satisfatório, levando-se em consideração o curto tempo em que está em atividade na comunidade e a previsão de que ficará por muito mais, podendo assim, trabalhar estes pontos fracos.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social. Ambiente.

## ABSTRACT

This work has as main objective to identify the degree of satisfaction of Pilar de Goiás community with the Toniolo Busnello S/A company. The specific objectives of this work will be to make a field survey in Pilar de Goiás community, using a form, presenting objective questions with alternatives according to the level of satisfaction or dissatisfaction of the population with each company activity that affects the routine of the city; and open-ended questions where the respondent can set out more clearly his views, expectations and image the company passes to society when his name is related to issues relevant to social and environmental areas. The theoretical framework will address the theme of "social responsibility"; one of the reasons why this research is done, demonstrating the importance of this subject today for organizations, both for the purpose of giving back to the region explored a part of wealth which is taken from her, as the company's own marketing to their customers, suppliers, employees and society, thus benefiting both sides. At the end of the work, it is concluded that there are some unrealistic expectations from some people confused between corporate social responsibility and government responsibility duties, but there are issues raised that can be implemented and / or improved. Overall, the company presented a satisfactory result, taking into account the short time that has been active in the community and that the forecast will be for much longer, thus being able to work these weaknesses.

**Keywords:** Responsibility social. Environment.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Fundadores TB.....	21
Figura 2 – Túneis Rota do sol TB .....	23
Figura 3 – Projeto Pescar TB.....	25
Figura 4 – Política de SMS TB.....	26
Figura 5 – Filosofia empresarial TB.....	28
Figura 6 – Política de Qualidade .....	29
Figura 7 – ISO 9001:2008 .....	30
Figura 8 – Política de SMS.....	30
Figura 9 – Cálculo amostral.....	31

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População de Pilar de Goiás.....	31
Tabela 2 - Pesquisa no Brasil em obras da TBSA.....	33
Tabela 3 - Pesquisa de satisfação em Pilar de Goiás.....	35
Tabela 4 – Respostas - respeito ao meio ambiente.....	37
Tabela 5 – Satisfação - respeito ao meio ambiente. ....	37
Tabela 6 – Respostas - sinalização da obra. ....	39
Tabela 7 – Satisfação - sinalização da obra.....	39
Tabela 8 – Respostas- comunicação com a comunidade.....	41
Tabela 9 – Satisfação - comunicação com a comunidade. ....	41
Tabela 10 – Respostas - comportamento dos colaboradores.....	43
Tabela 11 – Satisfação - comportamento dos colaboradores. ....	43
Tabela 12 – Respostas - melhoria na infraestrutura. ....	45
Tabela 13 – Satisfação - melhoria na infraestrutura.....	45
Tabela14 – Respostas - imagem da TBSA.....	47
Tabela 15 – Satisfação - imagem da TBSA.....	47
Tabela 16 – Respostas - público a investir. ....	49
Tabela 17 – Público a investir. ....	49
Tabela 18 – Respostas - área a investir.....	51
Tabela 19 – Área a investir.....	51

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Pesquisa no Brasil em obras da TBSA.....	33
Gráfico 2 – Pesquisa de satisfação em Pilar de Goiás.....	35
Gráfico 3 – Grau de satisfação – respeito ao meio ambiente .....	37
Gráfico 4 – Grau de satisfação - sinalização da obra .....	39
Gráfico 5 – Grau de satisfação - comunicação com a comunidade.....	41
Gráfico 6 – Grau de satisfação - comportamento dos colaboradores.....	43
Gráfico 7 – Grau de satisfação - melhoria na infraestrutura.....	45
Gráfico 8 – Grau de satisfação - imagem da TBSA. ....	47
Gráfico 9 – Público a investir.....	49
Gráfico 10 – Área a investir. ....	51

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

TB – Toniolo, Busnello

TBSA – Toniolo, Busnello Sociedade Anônima.

SMS – Segurança, Meio Ambiente e Saúde.

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1. REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
1.1. Responsabilidade Social Empresarial.....	16
1.1.1. Conceito.....	16
1.1.2. Repercussões.....	17
1.1.3. RSE no planejamento estratégico.....	18
1.1.4. Poderes público e privado.....	19
1.1.5. Os limites da RSE.....	20
1.2. A empresa (TBSA).....	21
1.2.1. Apresentação: Toniolo, Busnello S/A.....	21
1.2.2. Objeto Social.....	22
1.2.3. Áreas de atuação.....	23
1.2.3.1. Construção pesada.....	23
1.2.3.2. Construção de túneis.....	23
1.2.3.3. Construção civil e urbanismo.....	23
1.2.3.4. Obras de saneamento.....	24
1.2.3.5. Mineração.....	24
1.2.3.6. Beneficiamento / Britagens.....	24
1.2.3.7. TB empreendimentos imobiliários.....	24
1.2.4. Responsabilidade social da TBSA.....	25
1.2.4.1. Projeto pescar.....	25
1.2.4.2. Comitê de ações sociais.....	26
1.2.5. Sistema de gestão.....	27
1.2.5.1. Filosofia empresarial.....	27
1.2.5.2. Programa de qualidade.....	28
1.2.5.3. Política de qualidade.....	29
1.2.5.4. Certificação ISO 9001:2008.....	29
1.2.5.5. Política de SMS.....	30
1.3. A pesquisa com a comunidade.....	31
1.3.1. Tabulação dos dados.....	32
1.3.1.1. Satisfação da comunidade em 11 obras no Brasil.....	32
1.3.1.2. Satisfação da comunidade de Pilar de Goiás.....	34
1.3.1.3. Respeito ao meio ambiente.....	36

1.3.1.4. Sinalização da obra .....	38
1.3.1.5. Comunicação da empresa com a comunidade .....	40
1.3.1.6. Comportamento dos colaboradores da TBSA na comunidade .....	42
1.3.1.7. Melhoria na infraestrutura da comunidade .....	44
1.3.1.8. Imagem da Toniolo, Busnello S/A .....	46
1.3.1.9. Público que a TBSA deve investir na comunidade .....	48
1.3.1.10. Área que a TBSA deve investir na comunidade.....	50
1.3.2. Respostas às perguntas abertas .....	52
1.3.2.1. Quais os benefícios que sua comunidade alcançou com a chegada da TB?.....	52
1.3.2.2. Quais os impactos ocorridos com sua comunidade com a chegada da TB?.....	52
1.3.2.3. Quais suas necessidades e expectativas com relação à Toniolo, Busnello?.....	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	55

## INTRODUÇÃO

Desde épocas remotas, de tempos em tempos, mudam-se as entidades que agrupam os donos do mundo, exercendo total domínio e controle sobre todo o planeta. Este poder que já pertenceu à igreja, reinados e outros tipos de governo; hoje se encontra centrado nas mãos das grandes organizações jurídicas.

Neste século, os administradores de nossas principais entidades assumiram posição de liderança em todos os países desenvolvidos e em muitos países em desenvolvimento. Os antigos grupos de liderança, como a aristocracia e o clero, desapareceram por completo ou então se tornaram insignificantes. Até os cientistas (os magos do após Segunda Guerra Mundial) perderam grande parte do seu prestígio. Os únicos novos grupos de liderança que surgiram foram os dos administradores – administradores das empresas e das universidades, dos órgãos públicos e dos hospitais. Eles comandam os recursos sociais. E também comandam a competência social. É lógico, portanto, esperar que assumam responsabilidades de liderança em relação aos principais problemas sociais e às mais importantes questões sociais. (DRUCKER, 2002, p. 327).

Para ocupar lugar de destaque no competitivo mundo corporativo, as organizações se esforçam cada vez mais em busca de maior produtividade, e os meios utilizados podem impactar negativamente no meio ambiente e na sociedade, afetando a imagem da empresa e contradizendo alguns de seus valores.

Responsabilidade Social, mais do que um compromisso ético, é uma ferramenta que passou a ser adotada nos atuais modelos de gestão como a solução para estes problemas, fazendo com que as organizações desviem um pouco o foco da missão empresarial e comecem a se preocupar com o meio em que estão inseridas, dando apoio às deficiências das comunidades em que atuam e desenvolvendo seus trabalhos de forma sustentável, preservando a fauna e a flora local.

O trabalho tem como objetivo geral identificar o grau de satisfação da comunidade de Pilar de Goiás com a empresa Toniolo, Busnello S/A. Os objetivos específicos consistem em fazer uma pesquisa de campo na comunidade, utilizando um formulário apresentando questões objetivas, com alternativas de acordo com o nível de satisfação ou descontentamento da população com cada atividade da empresa; e perguntas abertas, onde o entrevistado poderá descrever sua opinião a respeito da empresa. Foram expostas informações sobre a organização: suas atividades principais e secundárias, filosofia empresarial, políticas de qualidade e segurança, e obviamente, sua responsabilidade social. Explicou-se o conceito de Responsabilidade Social, os impactos negativos das repercussões geradas pela atividade da empresa, o planejamento estratégico que deve ser traçado para eliminar ou atenuar estas repercussões, as diferenças entre os deveres do poder público e as responsabilidades

empresariais, o que causa confusão tanto em pessoas da comunidade como em alguns administradores, que não sabem manter o equilíbrio entre eles, calculando até onde é pertinente assumir responsabilidades que não se enquadram na missão empresarial. O formulário de pesquisa, composto por alternativas objetivas e questões abertas, questionou a comunidade sobre sua satisfação com a TBSA sobre questões ambientais, sinalização da obra, comunicação da empresa com a população, comportamento dos seus colaboradores, melhoria de infraestrutura da cidade, imagem que a TBSA transmite ao público local, em qual parcela da sociedade seria importante investir, em qual área, benefícios e impactos ocorridos com a chegada da empresa e expectativas de futuro em relação a ela.



## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1. Responsabilidade Social Empresarial

#### 1.1.1. Conceito

Responsabilidade Social é o dever que todo cidadão tem de zelar pela sociedade em que vive, agindo de maneira consciente, preocupando-se em fazer sua parte pela preservação do meio ambiente e outras questões que envolvem o bem estar coletivo.

No ambiente corporativo, o administrador Pedro Henrique Costa define:

Responsabilidade Social Empresarial são ações das empresas que beneficiam a sociedade. São causas sociais relevantes para as comunidades, contribuindo com a política social. É uma forma de gestão que pretende diminuir os impactos negativos no meio ambiente e comunidades, preservando recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e reduzindo a desigualdade social. São as corporações se conscientizando do seu papel no desenvolvimento na comunidade que está inserida, criando programas que levam em consideração a natureza, economia, educação, saúde, atividades locais, transportes. (COSTA, 2016).

Das empresas, espera-se mais em termos de responsabilidade social, já que são as maiores responsáveis pelas mudanças ocorridas em uma comunidade e no meio ambiente com suas chegadas, explorando os recursos e benefícios que a região oferece, lucrando alto com isso, e ao partirem, deixando vários transtornos e pouca ou nenhuma melhoria aquele lugar.

“A imagem de uma empresa está sendo testada em todo o momento, por clientes, fornecedores, seu próprio pessoal, comunidade, opinião pública; enfim é uma plantinha delicada que exige cuidados contínuos.” (MATOS, 1996, p. 193).

Esta percepção das organizações pela população começou a pesar na balança da competitividade. Borger (2013), alerta que “Nos últimos anos, as questões ambientais invadiram os negócios [...] As forças da globalização levaram empresas a incorporar a dimensão socioambiental na gestão.” Portanto, empresas que não cuidam de suas imagens, estão expostas ao risco de serem engolidas pelas concorrentes que investem na responsabilidade social. Estas atraem e retêm os melhores talentos, aprimorando seus processos, reduzindo tempo, custos, e conseqüentemente aumentando sua lucratividade, o que lhes permitem um maior poder de negociação nas licitações de contrato; preocupa-se com a vida de seus colaboradores dentro e fora do trabalho, sempre se certificando de que estes estão

tendo uma boa conduta como cidadão, principalmente aqueles que vieram de outros lugares para trabalhar e morar ali, fazendo-se necessário a socialização com a comunidade local, caso contrário, a repulsa a esses novos habitantes refletirá diretamente à empresa para a qual trabalham; respeitam o meio ambiente, descartando corretamente seus resíduos, reflorestando áreas onde suas atividades agrediram as matas, racionalizando o uso de água, preservando áreas de reserva ambiental, juntamente com a fauna local, e seguindo todas as normas legais de sustentabilidade de acordo com suas atividades; além dos impostos exigidos que pagam aos cofres públicos, atuam diretamente em áreas sociais e de infraestrutura do município, dando apoio, inclusive financeiro, às prefeituras e outras entidades que atuam em causas humanitárias.

Uma empresa que tem preocupação com responsabilidade corporativa tem maior admiração de seus funcionários. A moral do funcionário é impactada por ações que aumentam sua estima pela empresa. O consumidor tem muito mais acesso a informações a respeito da empresa e dos produtos que consome. O nível de exigência será cada vez maior e vai ganhar a corrida quem melhor atende-lo. (GIANONI, 2015).

### 1.1.2. Repercussões

Se por um lado a empresa busca a melhoria de sua imagem através de ações alheias à sua missão empresarial, por outro, suas atividades quase sempre provocam efeitos colaterais que mancham a tão buscada reputação. Peter Drucker (2002, p. 336) explica que: “A responsabilidade pelas repercussões sociais negativas recai sobre a administração – não por constituir responsabilidade social, mas por constituir responsabilidade da própria empresa.[...]”, e complementa:

Quanto menos repercussões a entidade gerar fora da sua finalidade e missão específicas, melhor ela estará conduzindo-se, mais responsavelmente estará atuando e mais aceitável se tornará como cidadã, vizinha e contribuinte. [...] Mesmo que pareçam benéficas, estarão fora das fronteiras adequadas à função da entidade, e mais cedo ou mais tarde levantarão ressentimentos e encontrarão oposição. Na melhor das hipóteses, as repercussões derivadas das operações da empresa aborrecem; na pior delas, nocivas. Nunca beneficiam ninguém [...]. (DRUCKER, 2002, p. 329).

Lidar com repercussões negativas em uma comunidade não é tarefa que se possa garantir seu êxito, algumas simplesmente não têm solução satisfatória, nem aos olhos dos mais experientes administradores. É preciso ter jogo de cintura para levar adiante as operações sem que a empresa passe a ser odiada pela população.

Sempre que se possa eliminar a má repercussão abandonando a atividade que a causa, essa será a melhor solução [...] Na Maioria dos casos, porém, não se pode simplesmente eliminar aquela atividade. Daí a necessidade de um trabalho sistemático para eliminar a repercussão indesejável – ou para reduzi-la ao mínimo, pelo menos – enquanto não se interrompe a atividade básica. (DRUCKER, 2002, p. 333).

Peter Drucker (2002, p. 336) nos dá outra solução eficaz:

O ideal é transformar a eliminação das repercussões em oportunidade comercial. Mas sempre que não conseguir isso a administração deverá conceber a regulamentação adequada, que ofereça o melhor equilíbrio de troca - bem como promover o debate público do problema e a melhor solução no campo dos regulamentos e controles governamentais.

No capítulo a seguir, veremos o caminho para desenvolver o conceito de Peter Drucker, transformando ameaças em oportunidades.

### 1.1.3. RSE no planejamento estratégico

Como recomendado por Drucker (2002, p. 333) “O caminho ideal seria transformar a eliminação das repercussões indesejáveis em oportunidade lucrativa para a empresa”, daí a necessidade de um sistemático estudo sobre cada caso de insatisfação na comunidade.

Enfim, toda e qualquer ação que as corporações realizam em prol da responsabilidade social, não são apenas formas de retribuir de alguma maneira o lucro que aquela região os proporcionou. Devido o assunto ter se incorporado às teorias administrativas, responsabilidade social tornou-se uma tarefa com a qual os gestores devem se ocupar com ela.

Uma empresa que trabalha o conceito de que o bom relacionamento com a comunidade é tão importante quanto apresentar ao mercado produtos de qualidade, faz seu produto se tornar altamente valorizado perante uma grande parcela dos consumidores. Aumenta a satisfação dos clientes e até torna-os mais fiel a marca, ganhando vantagens competitivas perante seus concorrentes. A sociedade costuma valorizar empresas que praticam a filantropia ou que protege o meio ambiente, tanto que muitas pessoas pagariam mais por produtos que são politicamente corretos. (COSTA, 2016).

Está diretamente ligada à área de marketing, podendo ser parte de um planejamento estratégico, trazendo à empresa um novo empreendimento que aumente seus lucros, pois há um mercado de negócios inexplorado na área social que os empresários ainda não se atentaram a ele, como descreve Drucker (2002, p. 338): “[...] A inovação social ainda é em grande parte deixada ao acaso e a cargo do empresário que de repente tropece em uma oportunidade. Isso já não é mais adequado aos tempos atuais [...]”

Os problemas sociais constituem disfunções da sociedade. Mas para a direção das organizações e sobretudo para a direção das empresas, eles representam desafios. São importantes fontes de oportunidades. Pois é função da direção das empresas – e em menor grau das outras grandes organizações – atender a determinada necessidade social e ao mesmo tempo servir as próprias entidades, transformando a solução de um problema social em oportunidade empresarial. (DRUCKER, 2002, p. 336).

#### 1.1.4. Poderes público e privado

No filme de ficção da Marvel, extraído das histórias em quadrinhos e desenhos animados, o protagonista Peter Parker, o Homem aranha, é orientado por seu tio Ben, nas palavras do autor Stan Lee (2012), que “[...] com grandes poderes vem grandes responsabilidades.”, e a lição já vem até mesmo de ensinamentos bíblicos, em Lucas 12:48 (p. 1366): “[...] a quem muito se deu, muito se exigirá. Quanto mais se confiar a alguém, dele mais se há de exigir.”. (BIBLIA SAGRADA, 1995).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, trazendo o assunto aos dias atuais e à realidade das organizações, Drucker(2002, p. 325), descaracteriza o pré julgamento de que a sociedade enxerga a Responsabilidade Social Corporativa como uma punição pelos danos resultantes das atividades da empresa:

[...] Não é hostilidade às empresas que explica as exigências em relação à responsabilidade social. Pelo contrário, é o sucesso do sistema empresarial que leva a novas e muitas vezes exageradas expectativas. As exigências relativas à responsabilidade social constituem o preço do sucesso. (Drucker, 2002, p. 325).

De acordo com as questões respondidas nos questionários, conclui-se que uma parte da população não possui conhecimento aprofundado na política e/ou sobre o mundo corporativo, chegando a cobrar das empresas e até as responsabilizando pelos deveres inerentes ao poder público, que infelizmente, como é de costume no nosso país, sempre deixa a desejar. Drucker(2002, p. 326) explica que “O fato de os empresários serem olhados como líderes resulta do desencantamento cada vez maior em relação aos governos, do crescente descrédito na capacidade dos governos para resolver os principais problemas sociais.”

Como é grande a dificuldade em conscientizar a população sobre assuntos políticos, e sendo isso um trabalho a parte, consumindo recursos, tempo e correndo um alto risco de fracasso, o que resta às empresas é adequar-se aos anseios da sociedade, e como prega a teoria de Darwin, adaptar-se ao meio para não serem extintas.

Cabe a administração resolver tais problemas. Ela é responsável pela saúde da empresa. Não há compatibilidade possível entre uma empresa sadia e uma sociedade doentia. A saúde da comunidade apresenta-se como pré-requisito para o crescimento e o êxito da empresa. É tolice esperar que esses problemas venham a desaparecer se virarmos para o outro lado. Os problemas só desaparecem quando alguém faz alguma coisa a seu respeito. (DRUCKER, 2002, p. 339).

### 1.1.5. Os limites da RSE

As empresas são poderosos agentes de transformação e que ao adotarem um comportamento socialmente responsável podem construir, com o Estado e a sociedade civil, um país e um mundo melhores, abrir perspectivas de maior sucesso empresarial, tornar-se mais eficiente e capaz de influenciar políticas públicas que favoreçam cidadãos e comunidades. (YOUNG, 2005).

A afirmação de Ricardo Young, Presidente Executivo do UniEthos e do Conselho Deliberativo do Instituto Ethos, explica bem o impacto que estas entidades jurídicas provocam em seus locais de atuação, mas esclarece que o Estado deve ter participação nestas mudanças. As expectativas dos cidadãos em relação às organizações muitas vezes extrapolam as possibilidades e até mesmo o bom senso, tornando inviável um bom relacionamento entre empresa e sociedade.

Essa nova concepção de responsabilidade social já não pergunta quais são as limitações da empresa, ou o que ela deveria estar fazendo em favor daqueles que se encontram sob sua autoridade imediata. Ela exige que as empresas assumam responsabilidades em relação aos problemas sociais, às questões sociais e às metas políticas e sociais, bem como que passem a ser as guardiãs da consciência social e solucionadoras dos problemas sociais. (DRUCKER, 2002, p. 324).

A prática da Responsabilidade Social Empresarial deve ser algo bem planejado pelos gestores, que não venha a comprometer a atividade principal, assim explica Drucker(2002, p. 343):

O administrador é um servo. Seu senhor é a entidade que ele administra, e para ela dirige-se sua primeira responsabilidade [...] A pessoa que aproveitar sua posição de dirigente de grande organização para projetar-se perante o público e assumir liderança relativamente a problemas sociais, enquanto sua empresa ou universidade estiver sendo corroída pela negligência, não será estadista. Será alguém irresponsável, desmerecedor de qualquer confiança.

Vale ressaltar que o poder que a empresa conquistou veio de sua atividade principal, de uma missão empresarial que foi bem cumprida e gerou retorno financeiro que a levou onde está, portanto, desviar totalmente o foco de suas obrigações para atender às necessidades

sociais, colocaria em risco a entidade, prejudicando a ela mesma, colaboradores, acionistas e sociedade.

O desempenho da missão específica da entidade também é do maior interesse e necessidade da sociedade. A sociedade nada terá a ganhar, e sim a perder, se aquela entidade vir reduzida ou enfraquecida sua capacidade para desempenhar a tarefa que lhe cabe. O bom desempenho da própria função constitui a principal responsabilidade social da entidade. Se não desempenhar com responsabilidade sua missão, a entidade não poderá desempenhar mais nada. A empresa falida não será uma empregadora desejável, assim como dificilmente será considerada uma boa vizinha, na comunidade a que pertence. Nem gerará o capital necessário para os empregos de amanhã e para proporcionar aos trabalhadores de amanhã as oportunidades que eles precisarão.[..](DRUCKER, 2002, p. 343).

## 1.2. A empresa (TBSA)

### 1.2.1. Apresentação: Toniolo, Busnello S/A

**Figura 1 – Fundadores TB**



Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

Toniolo, Busnello: Uma história que cresce com o País.

A empresa originou-se em 1945, fruto da união de esforços dos irmãos Joaquim e Germano Toniolo e do primo Octaviano Albino Busnello. Neste ano, iniciaram a abertura do primeiro túnel para o Batalhão Ferroviário, no Morro São Luis, município de Bento

Gonçalves. Desde então, a empresa passou a executar vários serviços de infraestrutura destacando-se no ramo de túneis. Fundada formalmente como Toniolo, Busnello S.A., em 1954, é hoje uma das mais sólidas empresas do Brasil, referência na construção pesada, construção de túneis, construção civil, urbanismo, saneamento, barragens, hidrelétricas e mineração. Ágil na mobilização e execução de grandes obras, contribui com inovadoras soluções de engenharia na realização de cada projeto. Especializada em perfuração de túneis, mineração subterrânea e desmonte de rocha, a Toniolo, Busnello conquistou uma posição de destaque no mercado nacional, resultado de um trabalho pautado em gestão e um eficiente sistema de qualidade, sendo uma empresa reconhecida e premiada em diversas áreas. A Toniolo, Busnello faz parte da história do Brasil, tendo construído mais de 300 km de túneis, destacando-se a sua participação num túnel de 15 km na maior obra de infraestrutura hídrica do país – a Integração do Rio São Francisco, nos estados do Ceará e Paraíba, que vai oferecer água a 12 milhões de brasileiros na região do semiárido, promessa de uma nova vida ao sertão nordestino.

Com capacidade comprovada na execução de obras de grande porte, a marca Toniolo, Busnello é sinônimo de qualidade.

Toniolo, Busnello Construindo para o Futuro.

### **1.2.2. Objeto Social**

A sociedade tem por objeto a construção de túneis, execução de obras subterrâneas e a céu aberto, serviços de terraplenagem e pavimentação, pontes, viadutos, barragens, hidrelétricas, obras de artes especiais, bem como a implantação das infraestruturas necessárias, projetos de engenharia, pesquisa mineral, processamento e comercialização de agregados minerais utilizados na construção civil, locação, exportação e importação de máquinas e equipamentos, transporte de agregados da construção civil, produtos perigosos, máquinas e equipamentos, compra e venda de bens imóveis, agropecuária e incorporação de empreendimentos imobiliários, facultado o exercício destas atividades também em território estrangeiro.

**Figura 2 – Túneis Rota do sol TB**



Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

### **1.2.3. Áreas de atuação**

A Toniolo, Busnello atua em diversas áreas de engenharia, destacando-se nos ramos:

#### **1.2.3.1. Construção pesada**

Terraplenagem, pavimentação, drenagem e obras de arte especiais de rodovias, aeroportos, autódromos, metrô, obras civis de usinas hidrelétricas, barragens de concreto, de terra e enrocamento, áreas industriais.

#### **1.2.3.2. Construção de túneis**

Ferrovários, rodoviários, para mineração, desvios de rios e túneis de adução de centrais hidrelétricas.

#### **1.2.3.3. Construção civil e urbanismo**



Obras de terraplenagem, pavimentação e drenagem urbanas, pontes, viadutos, loteamentos residenciais e industriais, estacionamentos e áreas de "shopping centers".

#### **1.2.3.4. Obras de saneamento**

Estações de tratamento de esgotos, estações elevatórias, redes de esgoto sanitário e pluvial, estações de tratamento de água, rede de distribuição de água e elevatórias de água bruta.

#### **1.2.3.5. Mineração**

Lavras a céu aberto e subsolo, galerias subterrâneas, poços verticais, poços de ventilação e transportes horizontais, inclinados e verticais. Destacando que esta é atividade executada em Pilar de Goiás, comunidade onde será realizada nossa pesquisa, serviço este contratado pela cliente Yamana Gold (empresa mineradora com sede no Canadá) para escavação subterrânea e transporte de minério do subsolo para planta de beneficiamento, onde é moída a rocha é apurado o ouro.

#### **1.2.3.6. Beneficiamento / Britagens**

Plantas de beneficiamento de ouro, manganês, calcário, ferro e britagem comercial de pedra basáltica.

#### **1.2.3.7. TB empreendimentos imobiliários**

A TB Empreendimentos Imobiliários Ltda. foi criada para atuar fortemente na negociação de loteamentos, condomínios e empreendimentos imobiliários com os mesmos princípios de qualidade, credibilidade e excelência da Toniolo, Busnello.

#### 1.2.4. Responsabilidade social da TBSA

A Toniolo, Busnello, sempre que possível, realiza ações com a comunidade na qual está inserida, aproximando a empresa da população do entorno das obras. Essas ações partem de um levantamento de necessidades da comunidade, seja através de Pesquisas, ou por observação da realidade, ou por contato com prefeituras locais. Além disso, estimula que seus colaboradores participem de atividades de voluntariado, ajudando os menos favorecidos social e economicamente. O desenvolvimento de ações voltadas para a comunidade faz parte da Visão estratégica da empresa.

##### 1.2.4.1. Projeto pescar

**Figura 3 – Projeto Pescar TB**



Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

“Se quiseres matar a fome de alguém, dá-lhe o peixe. Mas se quiseres que ele nunca mais passe fome, ensina-o a pescar”

Inspirando-se neste lema, a Toniolo, Busnello começou a participar de o Projeto Pescar em 1998, quando disponibilizou na cidade de Caxias do Sul, a 1ª Escola do Projeto Pescar. A empresa foi a pioneira a abrigar o projeto na região da serra e hoje se somam outras 12 unidades em atividades, em outras empresas da região serrana. Em 2003, com a transferência da Unidade de Manutenção para Portão, a escola Projeto Pescar Toniolo, Busnello interrompeu suas atividades em Caxias do Sul. Em 2007, a Unidade de Portão

recebeu sua primeira turma, em modernas instalações projetadas especialmente para abrigar o curso de Iniciação à Manutenção Mecânica.

Na Unidade, os jovens recebem uniforme, material escolar, almoço, lanche, transporte, seguro de vida em grupo, além de todo o acompanhamento técnico-pedagógico, sempre acompanhado pelo Orientador Sr. João Cláudio Menezes dos Santos, contando ainda com o apoio do Articulador Eng.º José Roberto Frohlich Pujol, do grupo de colaboradores e principalmente da Diretoria da TB.

O objetivo do Projeto é desenvolver um trabalho que traga benefícios à sociedade e capacite os jovens a trabalhar, cumprindo o Fundamento da Excelência de Responsabilidade Social, auxiliando na educação e formação cultural e social do adolescente em situação de risco social. Ao longo dos 14 anos de projeto, formou 303 pessoas, sendo que 80% encontram-se atuando no mercado formal de trabalho.

#### 1.2.4.2. Comitê de ações sociais

**Figura 4 – Política de SMS TB**



Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

Em 2006, firmou-se o Comitê de Ações Sociais da Toniolo, Busnello que visa a participação dos colaboradores como fomentadores do desenvolvimento econômico e social das comunidades carentes, tendo o apoio da empresa. A Toniolo, Busnello trabalha a comunidade próxima a suas unidades e obras e recebe pedidos de doações que são analisados pela diretoria.

### **1.2.5. Sistema de gestão**


Percebe-se que a Toniolo, Busnello tem a preocupação em satisfazer a sociedade em todos os aspectos de sua gestão, em sua filosofia empresarial, descrevendo em sua missão, valores e princípios, visão, política de qualidade e política de SMS.

#### **1.2.5.1. Filosofia empresarial**

A Filosofia Empresarial é o principal norteador para a tomada de decisão de uma organização. Ela envolve a definição e reforço de um conjunto de valores, princípios e diretrizes organizacionais, bem como o estímulo do comportamento ético, visando orientar o processo de melhoria do desempenho.

Figura 5 – Filosofia empresarial TB

# Filosofia Empresarial



TONIOLO, BUSNELLO  
TÚNEIS, TERRAPLENAGENS E PAVIMENTAÇÕES

## MISSÃO



“Oferecer soluções em engenharia com credibilidade, qualidade, segurança e resultado, respeitando o meio ambiente e satisfazendo clientes, colaboradores, acionistas e sociedade.”

## VALORES E PRINCÍPIOS

Credibilidade	“Somos éticos e cumprimos os compromissos assumidos com clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores, comunidade e parceiros de negócios.”
Foco no Cliente	“Atendemos às necessidades dos clientes com qualidade, oferecendo soluções que atendam a suas demandas.”
Ser Humano	“Valorizamos o bem-estar, a segurança e a satisfação dos colaboradores.”
Meio Ambiente	“Preservamos e respeitamos o meio ambiente.”

## VISÃO

“Ter excelência na Gestão, satisfazendo clientes, colaboradores, acionistas e sociedade.”

Revisão 05 - 26/04/2014

Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

### 1.2.5.2. Programa de qualidade

O trabalho da Toniolo, Busnello S.A. está pautado no compromisso com a qualidade plena. É através de um sólido Planejamento Estratégico que se busca definir a orientação que

a empresa deve seguir, criando planos de ação para todas as áreas de interesse, tendo como finalidade garantir o desempenho das estratégias adotadas.

Definidas pela administração, as estratégias são impulsionadas através do alinhamento entre o planejamento e os valores defendidos pela empresa. Eles são baseados em credibilidade, foco no cliente, respeito ao meio ambiente e ao ser humano. É através da eficiência dos planos de desenvolvimento e gerenciamento da qualidade que a Toniolo, Busnello age, integrando todos os setores na busca pelo grau positivo de excelência.

### 1.2.5.3. Política de qualidade

Figura 6 – Política de Qualidade



Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

### 1.2.5.4. Certificação ISO 9001:2008

Em 2013 a Toniolo, Busnello conquistou a Certificação ISO 9001:2008 em execução de obras de escavação subterrânea.

Figura 7– ISO 9001:2008



Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

#### 1.2.5.5. Política de SMS

Figura 8 – Política de SMS

The graphic features a cartoon character on the left wearing a yellow hard hat, safety glasses, and a green shirt with "SMS" written on it. To the right, the text reads: "POLÍTICA DE SEGURANÇA, MEIO AMBIENTE E SAÚDE DA TONIOLO, BUSNELLO". Below this is a quote: "Oferecer soluções em engenharia, com melhoria contínua de seus processos e produtos pela excelência na gestão, prevenindo danos à segurança e à saúde, respeitando e preservando o meio ambiente, através do atendimento às exigências legais, normativas e outros requisitos aplicáveis, satisfazendo as necessidades dos clientes, colaboradores, acionistas e sociedade." Below the quote is the date "Revisão junho 2015". At the bottom, there are three logos: a green ISO 9001:2008 certification logo, the BSI ISO 9001 certification logo, and the Toniolo, Busnello logo which includes the text "TONEIS, TERRAPLENAGENS E PAVIMENTAÇÕES".

Fonte: Toniolo, Busnello, 2015.

### 1.3. A pesquisa com a comunidade

Para a pesquisa de campo na comunidade de Pilar de Goiás, foi utilizado um formulário, apresentando questões objetivas, com alternativas de acordo com o nível de satisfação ou descontentamento da população com cada atividade da empresa que afeta a rotina da cidade; e perguntas abertas, onde o entrevistado poderá expor com maior clareza seu ponto de vista, expectativas e imagem que a empresa passa à sociedade quando seu nome é relacionado a assuntos relevantes para áreas sociais e ambientais.

A coleta de dados foi realizada em novembro de 2015, entrevistando 10 pessoas da comunidade, o que representa um total de 0,36 % da população de 2.773, segundo senso do IBGE de 2010, dando uma margem de erro de 26 % para mais ou para menos, e com isso, uma confiabilidade de 90%.

**Tabela 1 - População de Pilar de Goiás**

ANO	POPULAÇÃO DE PILAR DE GOIÁS
2010	2.773

Fonte: IBGE: Censo Demográfico 2010.

**Figura 9 - Cálculo amostral**

Erro amostral:  %

Nível de confiança:  90%  
 95%  
 99%

População:

Percentual máximo:  %

Percentual mínimo:  %

Amostra necessária:

Fonte: SANTOS, 2016.



### **1.3.1. Tabulação dos dados**

A tabulação dos dados de pesquisa coletados nos questionários facilita a interpretação das informações, que foram esmiuçadas e representadas também em gráficos que nos dá uma melhor visualização.

#### **1.3.1.1. Satisfação da comunidade em 11 obras no Brasil**

A tabela mostra os índices de satisfação em 11 comunidades do Brasil em que a empresa executa obras, pode-se observar que o grau de satisfação da comunidade de Pilar de Goiás ficou muito abaixo das demais, ganhando apenas da comunidade da obra de Várzea do Lopes. Pilar de Goiás apresentou um percentual de 6,2 abaixo da média nacional de 82,8%. Levando em consideração que a maioria ficou acima da média. Pilar de Goiás contribuiu bastante para que o índice ficasse abaixo do esperado de 85%.

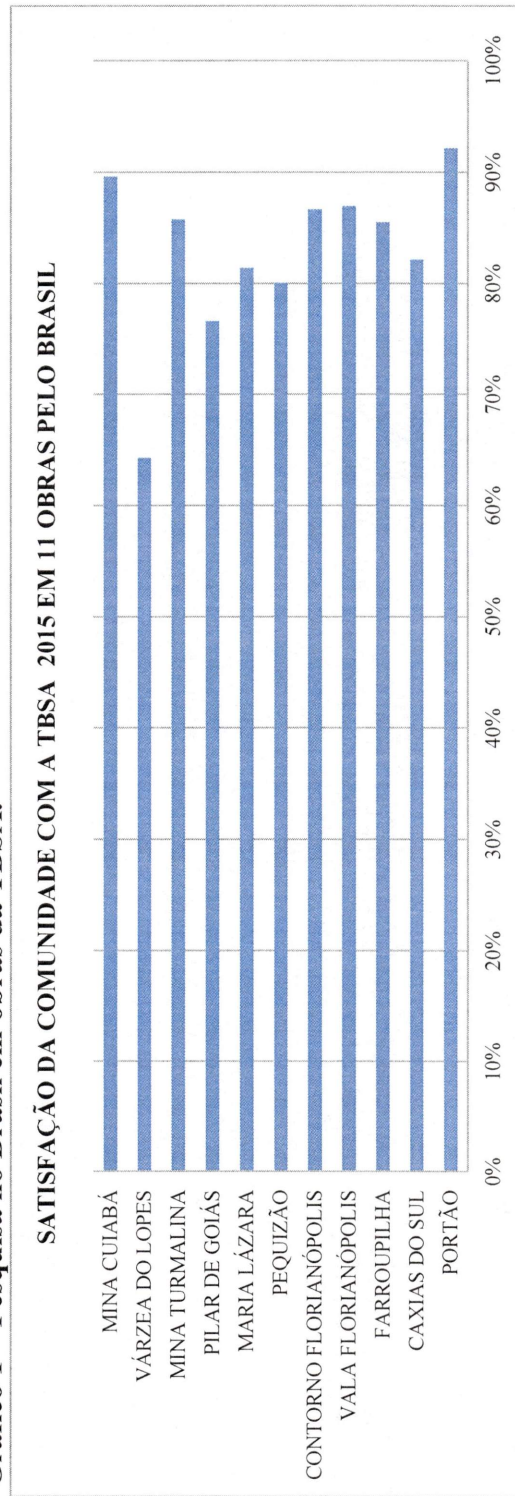
De acordo com o resultado, deverá ser traçado um plano de ação que fortaleça os pontos mais fracos destacados na pesquisa, com o objetivo de aumentar este percentual.

**TABELA 2 - Pesquisa no Brasil em obras da TBSA**  
**TABULAÇÃO DE DADOS DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE 2015 EM 11 OBRAS NO BRASIL**

ITEM	QUESITO	AVALIAÇ. (1 a 5)	MÉDIA POR LOCALIDADE (OBRA)											MÉDIA POR QUESITO	
			PORTÃO DO SUL	CAXIAS DO SUL	FARROUP ILHA	VALA FLORIANÓPOLIS	CONTORNO FLORIANÓPOLIS	PEQUIZÃO	MARIA LÁZARA	PILAR DE GOIÁS	MINA TURMALINA	VÁRZEA DO LOPES	MINA CUIABÁ		
1	Respeito ao meio ambiente	Satisfação	4,52	4,00	4,33	4,25	4,00	3,73	3,80	3,40	4,30	3,00	4,50	3,98	79,7%
2	Comportamento dos colaboradores com a comunidade	Satisfação	4,65	4,44	4,22	4,29	4,75	4,22	4,40	4,00	4,30	3,60	4,50	4,31	86,1%
3	Comunicação da empresa com a comunidade	Satisfação	4,71	3,63	4,11	4,00	4,75	3,79	3,83	3,88	4,33	3,23	4,27	4,05	81,0%
4	Sinalização da obra	Satisfação	4,83	4,13	4,44	4,29	4,50	3,85	3,89	4,00	4,30	3,17	4,45	4,17	83,4%
5	Melhoria da infraestrutura na comunidade	Satisfação	4,35	4,25	4,11	4,88	3,50	3,96	4,00	3,30	4,00	2,69	4,25	3,94	78,7%
6	Imagem da Toniolo, Busnello	Satisfação	4,59	4,20	4,44	4,38	4,50	4,46	4,50	4,40	4,50	3,60	4,92	4,41	88,2%
<b>TOTAL DE SATISFAÇÃO POR LOCALIDADE</b>			4,61	4,11	4,28	4,35	4,33	4,00	4,07	3,83	4,29	3,22	4,48	4,14	
<b>TOTAL DE SATISFAÇÃO POR LOCALIDADE</b>			92,2%	82,2%	85,5%	87,0%	86,7%	80,0%	81,4%	76,6%	85,8%	64,5%	89,6%	82,8%	

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

**Gráfico 1 – Pesquisa no Brasil em obras da TBSA.**



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### **1.3.1.2.Satisfação da comunidade de Pilar de Goiás**

Estes são os dados das questões objetivas de satisfação a quesitos que se relacionam com a rotina da comunidade, onde os entrevistados marcaram uma opção dentre cinco para cada item, sendo eles: respeito ao meio ambiente, sinalização da obra (placas indicativas), comunicação da empresa com a comunidade, informando alterações no seu dia a dia, como: corte de água e luz, alterações de trânsito, etc., comportamento dos colaboradores com a comunidade, melhoria na infraestrutura e imagem da Toniolo, Busnello.

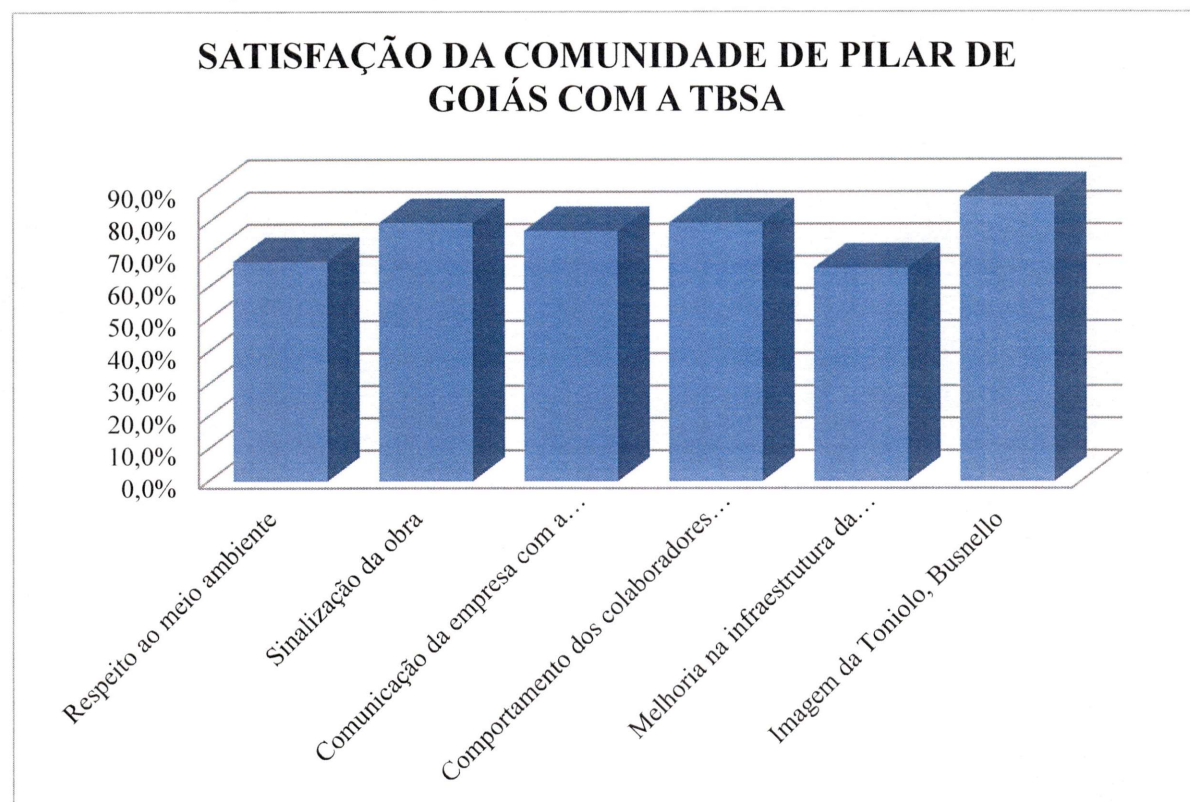
## TABULAÇÃO DE DADOS DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE DE PILAR DE GOIÁS COM A TBSA

**Tabela 3 - Pesquisa de satisfação em Pilar de Goiás.**

QUESITO	AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS POR PESSOA										MÉDIA	TOTAL (%)
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Respeito ao meio ambiente	grau de satisfação	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3,40	68,0%
Sinalização da obra	grau de satisfação	5	3	4	-	4	4	4	4	4	4	4,00	80,0%
Comunicação da empresa com a comunidade	grau de satisfação	4	3	-	-	3	4	4	4	5	4	3,88	77,5%
Comportamento dos colaboradores na comunidade	grau de satisfação	5	3	4	3	3	5	5	4	5	3	4,00	80,0%
Melhoria na infraestrutura da comunidade	grau de satisfação	4	2	4	3	3	4	3	4	4	2	3,30	66,0%
Imagem da Toniolo, Busnelo	grau de satisfação	5	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4,40	88,0%
<b>MÉDIA</b>											<b>3,83</b>	<b>76,6%</b>	

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

**Gráfico 2 – Pesquisa de satisfação em Pilar de Goiás.**



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### 1.3.1.3. Respeito ao meio ambiente

O respeito ao meio ambiente é hoje a maior preocupação que a população mundial tem em relação às empresas, desenvolver-se economicamente sem agredir o planeta é assunto em pauta de várias convenções internacionais, reunindo as maiores potências e assinando tratados que quase nunca são cumpridos, deixando claro que o poder das grandes corporações mesmo ao dos tribunais, que se veem impotentes diante do desrespeito às leis.

Diante do problema, surgiu através da conscientização dos consumidores pela preservação da natureza, parte da solução. Esta é a força que superam todas as outras quando se refere à sobrevivência de uma organização: o cliente. Em meio à guerra pela conquista da maior parte do mercado, estes acordos deixaram de ser simplesmente regras, fáceis de serem burladas, e as empresas passaram a incorporar às suas imagens, o marketing verde, ferramenta que agrega valor a marca e se tornou essencial para a competitividade.

Ter ações e projetos sustentáveis melhora a imagem de uma marca já que representam um passo adiante para o avanço da sociedade. Não é fácil mensurar o valor exato disso, mas está na mente do consumidor e, ter uma associação imediatamente positiva é o que todos almejam. (GIANONI, 2015).

Apesar de 50 % dos entrevistados se sentirem satisfeitos com o respeito ao meio ambiente, o resultado final foi insatisfatório para a empresa, com 40 % dos votos para regular e 10 % insatisfeito, sendo aconselhadas pela TBSA providências imediatas para alcançar no próximo ano, um mínimo de 70%.

A empresa se defende relatando que segue todas as normas legais inerentes à sua atividade de escavação subterrânea, e que talvez pela natureza da operação, em que é preciso fazer remoções de rocha, alterando o subsolo, as pessoas têm uma má impressão em relação a este trabalho.

Como foi explicado no capítulo sobre repercussões, há algumas que simplesmente não podem ser sanadas.

### GRAU DE SATISFAÇÃO NO QUESITO RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

Tabela 4 – Respostas - respeito ao meio ambiente.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS POR PESSOA										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
grau de satisfação	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3,40	68%

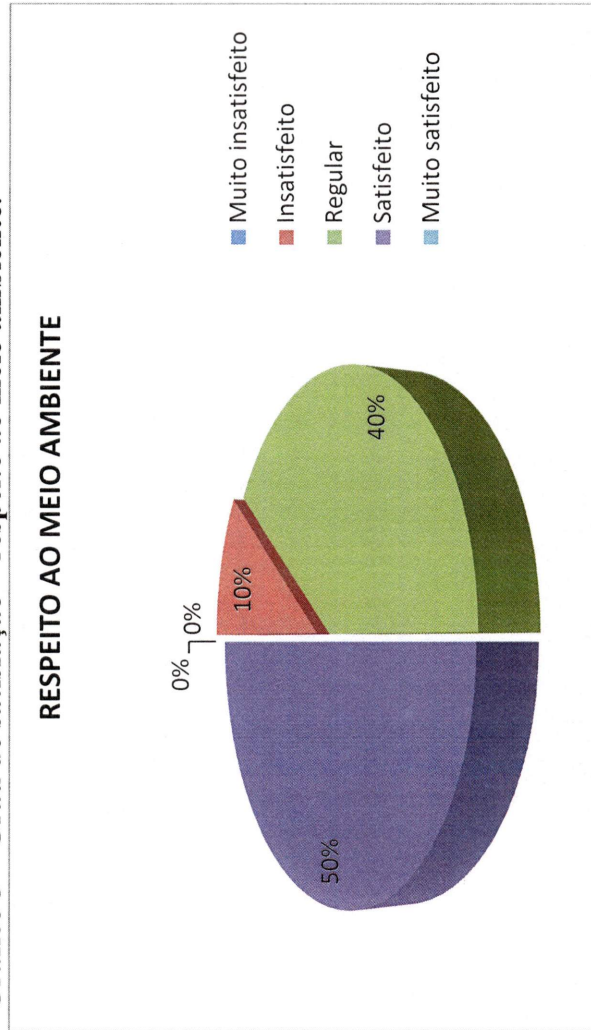
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 5 – Satisfação - respeito ao meio ambiente.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 Muito insatisfeito	0	0,0%
2 Insatisfeito	1	10,0%
3 Regular	4	40,0%
4 Satisfeito	5	50,0%
5 Muito satisfeito	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 3 – Grau de satisfação – respeito ao meio ambiente.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

#### **1.3.1.4.Sinalização da obra**

As sinalizações por uso de placas indicativas têm a finalidade de alertar motoristas e pedestres sobre possíveis riscos e/ou contratempos que estejam expostos pela empresa, evitando assim, acidentes e dificuldades de locomoção.

A TBSA alega que é uma questão que não devia ter constado neste questionário, pois a entrada da mina onde são realizadas as escavações em Pilar de Goiás fica dentro do canteiro de obras da cliente, Yamana Gold, há aproximadamente dois quilômetros de distância da entrada principal, portanto o público não tem acesso a este local, ficando a responsabilidade por placas indicativas da Yamana Gold.

Complementa que os formulários deveriam ser elaborados pela matriz de acordo com cada escopo de obra, e não apenas um modelo, como foi feito, pois esta pergunta certamente está direcionada às obras em que as atividades afetam o fluxo de pessoas, como por exemplo, obras de terraplenagens e/ou pavimentações, em rodovias já em funcionamento, com trânsito de veículos; ou fechamento de calçadas em zona urbana para realização de obras, interrompendo a circulação de pedestres.

### GRAU DE SATISFAÇÃO NO QUESITO SINALIZAÇÃO DA OBRA COM PLACAS INDICATIVAS

Tabela 6 – Respostas - sinalização da obra.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS POR PESSOA										MÉDIA	TOTAL (%)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
grau de satisfação	5	3	4	-	4	4	4	4	4	4	4	4,00	80%

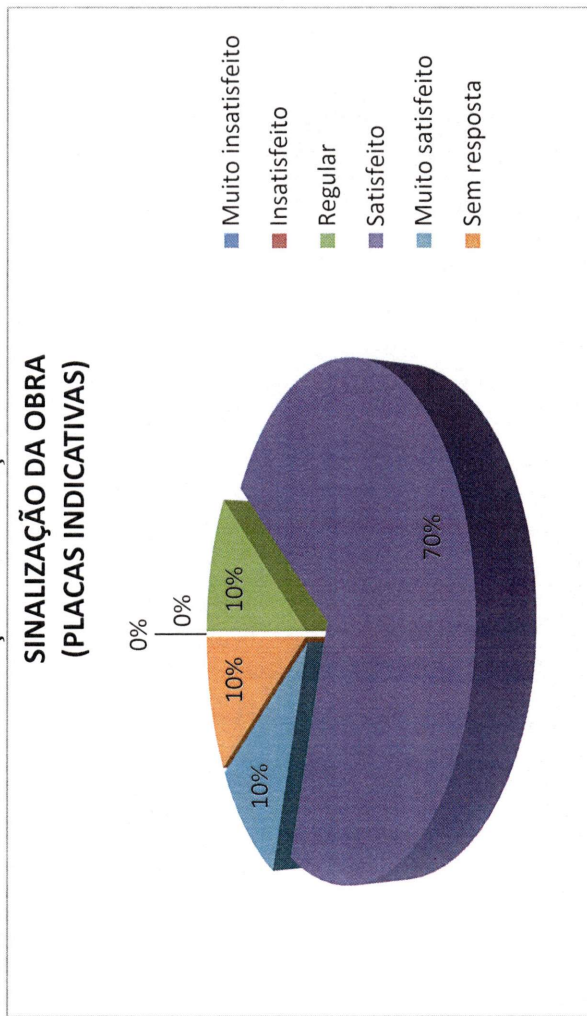
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 7 – Satisfação - sinalização da obra.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 Muito insatisfeito	0	0,0%
2 Insatisfeito	0	0,0%
3 Regular	1	10,0%
4 Satisfeito	7	70,0%
5 Muito satisfeito	1	10,0%
6 Sem resposta	1	10,0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 4 – Grau de satisfação - sinalização da obra.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.



### **1.3.1.5. Comunicação da empresa com a comunidade**

Trata-se de avisos em carros de som, jornais, rádios, etc., comunicando a população local sobre alterações, no dia a dia, realizadas pela empresa, como interrupção no fornecimento de energia elétrica, telefone ou internet; aumento de trânsito de veículos pesados na zona urbana; barulhos de explosões; enfim, qualquer atividade que altere a rotina da cidade.

A TBSA diz que qualquer aviso de alteração na rotina da cidade é de total responsabilidade da cliente Yamana Gold, e que algumas destas também apenas chegam a ela por meio de comunicados.

Isso explica os 20% sem resposta indicada no gráfico, e as outras respostas se devem ao fato de as pessoas às vezes ouvirem os comunicados e não saberem diferenciar qual a empresa que os fez, pois na cidade são várias terceirizadas desempenhando diferentes funções para a mineradora Yamana Gold.

## GRAU DE SATISFAÇÃO NO QUESITO COMUNICAÇÃO DA EMPRESA COM A COMUNIDADE SOBRE ALTERAÇÕES DE ROTINA

Tabela 8 – Respostas - comunicação com a comunidade.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS POR PESSOA										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
grau de satisfação	4	3	-	-	3	4	4	4	5	4	3,88	77,5%

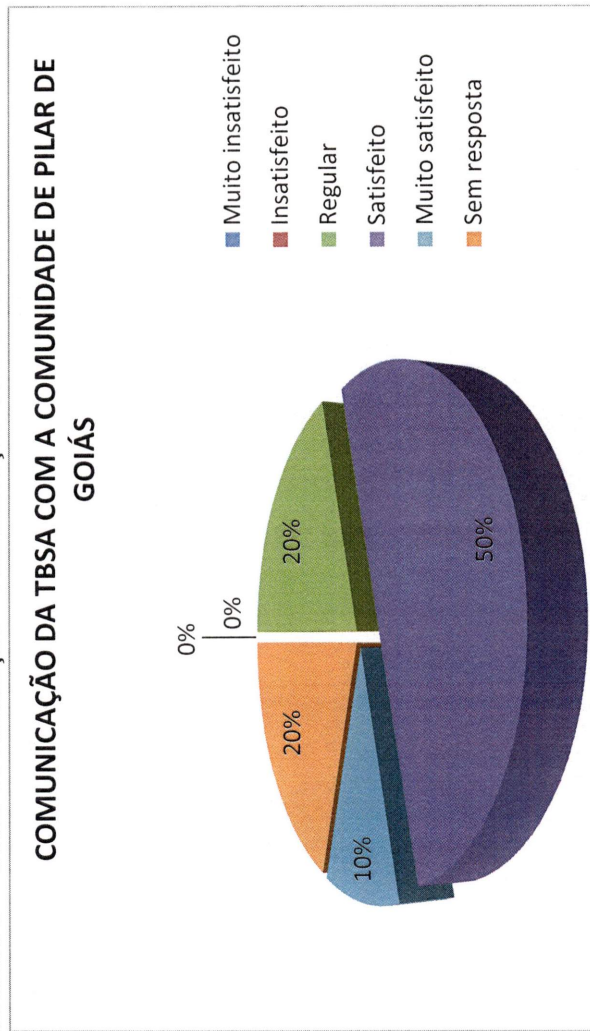
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 9 – Satisfação - comunicação com a comunidade.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 Muito insatisfeito	0	0,0%
2 Insatisfeito	0	0,0%
3 Regular	2	20,0%
4 Satisfeito	5	50,0%
5 Muito satisfeito	1	10,0%
6 Sem resposta	2	20,0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 5 – Grau de satisfação - comunicação com a comunidade.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### **1.3.1.6. Comportamento dos colaboradores da TBSA na comunidade**

O comportamento dos colaboradores de uma empresa na comunidade representa bem quais os princípios que ela valoriza, sua ética, crenças, respeito ao meio ambiente e sociedade. Portanto, a preocupação e interesse à vida de seus funcionários não deve se restringir somente ao local de trabalho. A responsabilidade social empresarial inclui também vigiar as atitudes dos colaboradores na sociedade, principalmente aqueles que migraram exclusivamente pelo emprego.

É comum ouvirmos as pessoas se referirem às outras como “Fulano da empresa tal”. Assim sendo, o colaborador que tiver uma má conduta perante a comunidade, associará esta repercussão à empresa, por outro lado, a boa conduta, mesmo em menor grau, engrandecerá seu nome.

A TBSA obteve um bom resultado neste quesito, com 40% da comunidade muito satisfeitos com o comportamento dos colaboradores em seu meio; 20% satisfeitos, e outros 40% julgaram regular. A meta é melhorar a pontuação, transformando os votos em regular para satisfeito ou muito satisfeito.

A empresa diz estar sempre atenta aos seus colaboradores, inclusive na contratação, onde é investigada, por meio de certidões, a vida pregressa do candidato à vaga. Está sempre em comunicação com a polícia militar e disposta a advertir ou demitir aqueles que causarem maiores transtornos, atitude que atende também às exigências da cliente Yamana Gold.

### GRAU DE SATISFAÇÃO NO QUESITO COMPORTAMENTO DOS COLABORADORES COM A COMUNIDADE

Tabela 10 – Respostas - comportamento dos colaboradores.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS POR PESSOA										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
grau de satisfação	5	3	4	3	3	5	5	4	5	3	4,00	80%

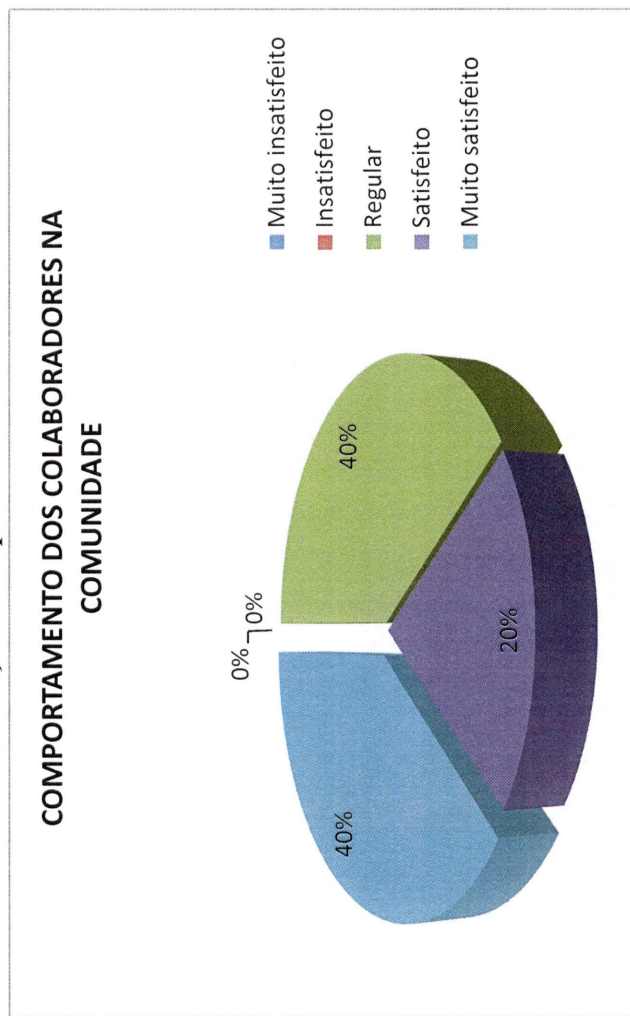
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 11 – Satisfação- comportamento dos colaboradores.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 Muito insatisfeito	0	0,0%
2 Insatisfeito	0	0,0%
3 Regular	4	40,0%
4 Satisfeito	2	20,0%
5 Muito satisfeito	4	40,0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 6 – Grau de satisfação - comportamento dos colaboradores.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### 1.3.1.7. Melhoria na infraestrutura da comunidade

Apesar de ser uma atribuição do poder público, as empresas podem sim fazer sua parte na melhoria da infraestrutura de uma comunidade, promovendo projetos de parceria com entidades locais ou atuando diretamente com ajuda financeira.

A cliente contratante da TBSA, Yaman Gold, possui estes projetos de parceria, podendo participar instituições que possuam cadastro de pessoa jurídica e exercem atividade de interesse coletivo.

A empresa Toniolo, Busnello ainda não tem nenhum projeto específico na comunidade, mas patrocina e apóia eventos de igrejas e prefeitura, como datas comemorativas do dia das crianças e Natal e campeonatos de futebol, inclusive participando com o time da empresa. Atuar na parte de infraestrutura mais efetivamente é um caso a se pensar, pois no momento a empresa alega passar por dificuldades em outras obras pelo país, o que a levou a cortar custos em todas as outras.

Apesar da pouca participação, metade da população está satisfeita neste quesito, pois indiretamente, os tributos pagos ao município contribuem indiretamente para isso.

### GRAU DE SATISFAÇÃO NO QUESITO MELHORIA NA INFRAESTRUTURA DA COMUNIDADE

Tabela 12 – Respostas - melhoria na infraestrutura.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS POR PESSOA										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
grau de satisfação	4	2	4	3	3	4	3	4	4	2	3,30	66%

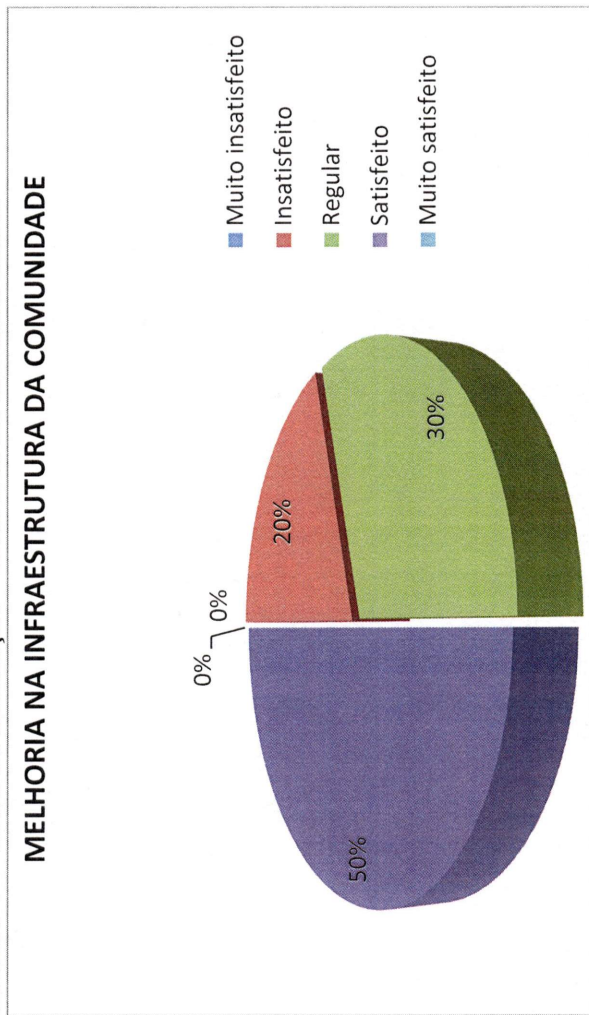
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 13 – Satisfação - melhoria na infraestrutura.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 Muito insatisfeito	0	0,0%
2 Insatisfeito	2	20,0%
3 Regular	3	30,0%
4 Satisfeito	5	50,0%
5 Muito satisfeito	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 7 – Grau de satisfação - melhoria na infraestrutura.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### 1.3.1.8. Imagem da Toniolo, Busnello S/A

Enfim, tudo que foi pesquisado e estudado até aqui reflete na imagem da empresa, por ela é definida a principal resposta dada pela comunidade, se a TBSA é ou não aceita pela população de Pilar de Goiás.

É necessário ser participativa, mostrar às pessoas que a TBSA está presente e atuante na comunidade. Para Costa (2016) destaca:

[...] empresas que não acompanham as ações e nem divulgam os resultados, deixam de aproveitar a oportunidade de melhorar sua imagem perante seu público. Ser responsável socialmente é uma tendência empresarial contínua e definitiva.

Este foi o melhor resultado da pesquisa, apontando que 60% da comunidade consideram-se muito satisfeitos com a imagem que a Toniolo, Busnello passa à sociedade, o que comprova que o trabalho está sendo bem realizado tanto na parte de produção quanto na área de Responsabilidade Social.

### GRAU DE SATISFAÇÃO NO QUESITO IMAGEM DA TONIOLO, BUSNELLO S/A

Tabela14 – Respostas - imagem da TBSA.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS (1 ESCOLHA POR PESSOA)										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
grau de satisfação	5	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4,40	88%

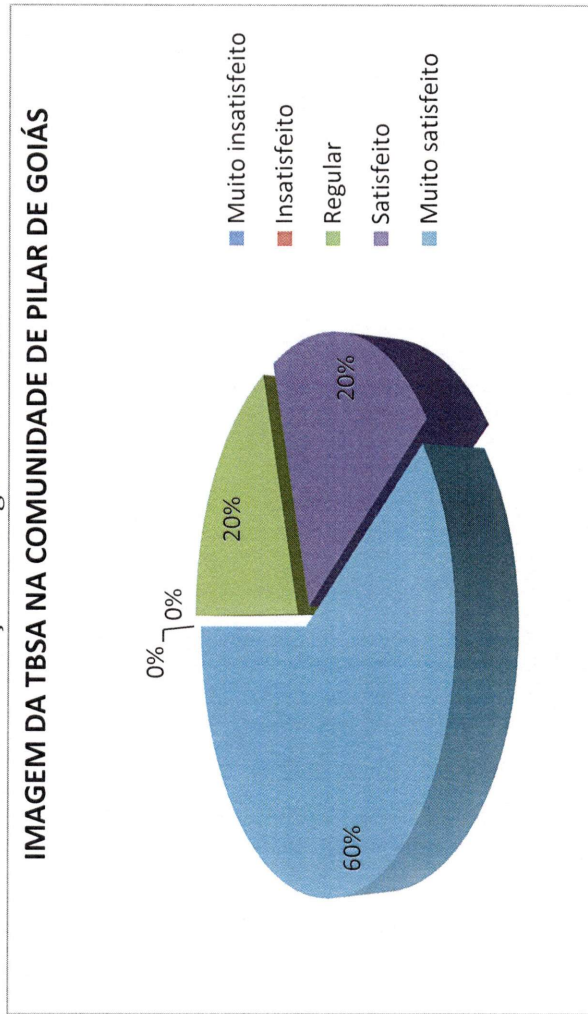
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 15 – Satisfação - imagem da TBSA.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 Muito insatisfeito	0	0,0%
2 Insatisfeito	0	0,0%
3 Regular	2	20,0%
4 Satisfeito	2	20,0%
5 Muito satisfeito	6	60,0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 8 – Grau de satisfação - imagem da TBSA.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.



### **1.3.1.9. Público que a TBSA deve investir na comunidade**

Uma das opções de investimento em responsabilidade social em uma comunidade é o foco num tipo de público, atendendo às necessidades que muitas vezes são negligenciadas, o apoio do poder público, gerando uma oportunidade da empresa mostrar seu interesse e preocupação em preencher aquela lacuna.

A grande maioria do público, 57% sentiram a necessidade de investimento nos adolescentes, público hoje com poucas opções de lazer e esportes na cidade, correndo o risco de ser atraído pelo álcool e outras drogas, e se envolvendo em pequenos delitos.

A Toniolo, Busnello, vista sempre como grande incentivadora do esporte na região, encaixa-se perfeitamente ao perfil que demanda as expectativas sobre ela, trabalhando com estes adolescentes, promovendo e apoiando a cultura do esporte na cidade.

Outros públicos também foram votados: terceira idade 22%; crianças 14%; e adultos 7%. Há também possibilidades de investimentos para estas outras faixas-etárias.

### EM QUAL PÚBLICO A COMUNIDADE ACHA IMPORTANTE A TBSA INVESTIR?

Tabela 16 – Respostas - público a investir.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS (MAIS DE UMA POR PESSOA)										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
CRIANÇAS	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	2	14,29%
ADOLESCENTES	1	1	1	1	1	-	-	1	1	1	8	57,14%
ADULTOS	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	7,14%
TERCEIRA IDADE	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	3	21,43%

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 9 – Público a investir.

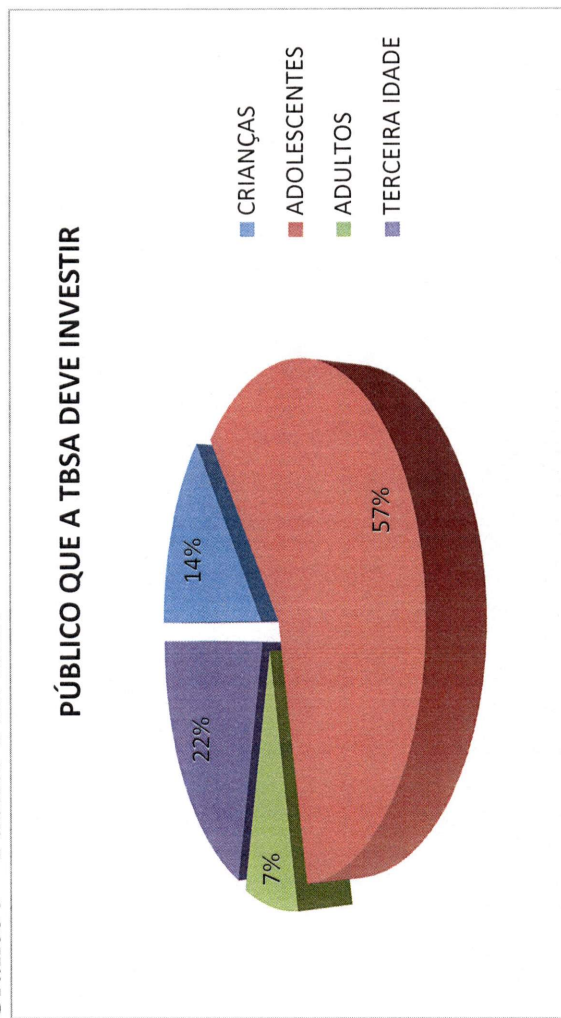


Tabela 17 – Público a investir.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1	2	14,0%
2	8	57,0%
3	1	7,0%
4	3	22,0%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### **1.3.1.10. Área que a TBSA deve investir na comunidade**

Outro assunto a ser observado pelo planejamento estratégico será a área em que empresa deverá investir.

Apesar das reclamações nos quesitos respeito ao meio ambiente e infraestrutura, a pesquisa surpreende e demonstra que os cidadãos estão mais interessados no investimento em educação. Com 43% dos votos.

Isso mostra ao mesmo tempo um amadurecimento da sociedade, buscando melhorias em primeiro lugar à educação, e uma oportunidade para a empresa, que poderá qualificar sua própria mão de obra futura, visto que atualmente a qualificação local deixa a desejar, motivo este da maioria dos empregados ser de outras cidades, o que também deixa insatisfeita a população.

### EM QUE ÁREA A COMUNIDADE ACHA IMPORTANTE A TBSA INVESTIR?

Tabela 18 – Respostas - área a investir.

AVALIAÇÃO (NOTA 1 a 5)	RESPOSTAS (MAIS DE UMA POR PESSOA)										MÉDIA	TOTAL (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
EDUCATIVA	1	-	1	1	1	1	-	-	1	-	6	42,86%
INFRAESTRUTURA	-	1	1	-	1	-	-	1	-	1	5	35,71%
MEIO AMBIENTE	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	3	21,43%

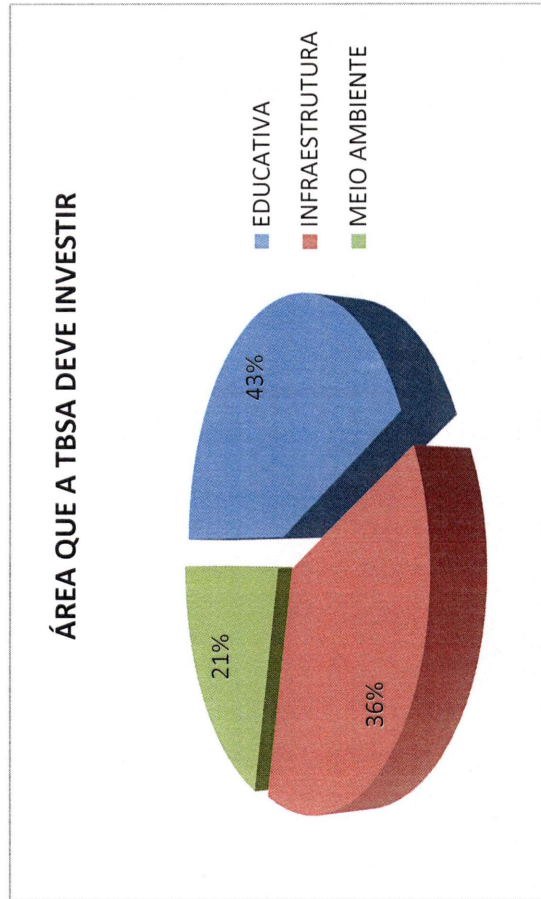
Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Tabela 19 – Área a investir.

GRAU DE SATISFAÇÃO	VOTOS	%
1 EDUCATIVA	6	43,0%
2 INFRAESTRUTURA	5	36,0%
3 MEIO AMBIENTE	3	21,0%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

Gráfico 10 – Área a investir.



Fonte: Dados de pesquisa realizada pelo autor, 2015.

### **1.3.2. Respostas às perguntas abertas**

#### **1.3.2.1. Quais os benefícios que sua comunidade alcançou com a chegada da TB?**

- Teve um bom aumento de pessoas empregadas.
- A comunidade pouco melhorou com a chegada da mineradora.
- Incentivo ao esporte, apoio às crianças.
- Empregos para a comunidade. (3x)
- A comunidade teve alguns benefícios como - mais empregos para as pessoas que moram aqui.
- Geração de empregos e muitas melhorias para a nossa cidade.
- Um dos benefícios foi a contratação de funcionários locais, no geral beneficiou os pais de família, de maneira geral, para que possa dar uma vida digna para sua família.
- O emprego para algumas pessoas da comunidade, esta precisa investir mais no social.

#### **1.3.2.2. Quais os impactos ocorridos com sua comunidade com a chegada da TB?**

- Aumento do fluxo de pessoas no posto de saúde.
- Gerou alguns empregos, mas as melhores oportunidades foram para pessoas de outras cidades.
- Geração de empregos.
- Negativos.
- Foram positivos, poderia ser melhor, mas pelo começo está bom.
- Geração de renda, movimentando o comércio local.
- Não houve.
- Desconheço algum impacto relacionado diretamente com a empresa.
- Quanto a este ponto, tenho pouco conhecimento pois a execução de suas atividades não é tão visível. Seria necessária a avaliação de um perito, para saber os verdadeiros impactos.

#### **1.3.2.3. Quais suas necessidades e expectativas com relação à Toniolo, Busnello?**

- A população tem uma grande expectativa em melhorias tais como parcerias com prefeituras para criação de programas educativos e investimentos na área da saúde.
- Que invista na cidade em educação, esporte, lazer e no social.
- Oferecer mais empregos para pessoas da nossa comunidade.
- Apoio ao esporte.

- Que a empresa possa olhar mais para o povo da nossa comunidade principalmente ao que diz respeito ao emprego. Em todas as áreas, a empresa deveria atuar, pois a comunidade necessita de todas as opções citadas, outros ainda que não foram colocadas como: saúde, trabalho social e esporte.

- Mais emprego para a população.

- Mais renda para o comércio local, comprando dos comerciantes da cidade.

- Ampliar o trânsito dos caminhões com transporte de material.

- A empresa aqueceu o comércio local. A expectativa é um bom relacionamento entre empresa, comunidade e comércio. Com educação podemos direcionar para a infraestrutura e meio ambiente, ou seja, a educação abre portas em todos os sentidos.

- Apoio direto e indireto nas atividades sociais e culturais com ênfase ao meio ambiente no meio educacional. As expectativas é que continuem trazendo benefícios através da contratação de pessoas da comunidade e apoio direto nos projetos sustentáveis.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo foi relevante para esclarecimento de questões que às vezes não são tão elucidadas nem mesmo pelas próprias empresas, que levam o assunto com certa negligência, por não sentirem sua importância para o marketing. Por tal motivo, deveria ser tratado pelo planejamento estratégico, e não designado ao tático, como é geralmente feito, pois os gestores e encarregados de obras já absorvem toda a pressão da diretoria focada para a produção, e justificadamente, não conseguem dar à Responsabilidade Social a atenção que ela demanda.

A empresa alvo de nossa pesquisa é uma organização conceituada no mercado em que atua, com várias obras privadas e públicas em território nacional. A pesquisa focou em uma obra de escavação subterrânea para retirada de minério do subsolo, o qual é beneficiado para extração de ouro. A comunidade em questão é a da cidade de Pilar de Goiás, onde está instalada a cliente, empresa mineradora Canadense, Yamana Gold.

Para desenvolvimento da pesquisa foi utilizado questionário, composto por questões objetivas, possibilitando extrair do entrevistado, respostas relevantes para a empresa; e abertas, abrindo caminho para análise de outros pontos de vista. Dez pessoas foram entrevistadas, e o resultado foi tabulado e dividido por perguntas, onde se pode obter uma melhor apreciação dos dados.

O referencial bibliográfico contou com livros de autores renomados da área da administração, artigos acadêmicos e específicos sobre RSE, retirados da internet, em sites relacionados ao assunto.

A pesquisa de satisfação da comunidade em todo o Brasil revela um comprometimento da empresa com a Responsabilidade Social Empresarial. Porém, necessita ser mais efetiva. No município citado para nosso trabalho, apesar de sua nota em relação à satisfação da população com a TBSA ter ficado abaixo do esperado; a iniciativa para melhorias deve ser levada em consideração; os primeiros passos estão sendo dados; a empresa é relativamente nova na comunidade, e dentro de alguns anos, espera-se que esta satisfação se aproxime a excelência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial**. 2013. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-ustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

COSTA, Pedro Henrique. **Responsabilidade social empresarial**. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/artigos/usuarios/responsabilidade-social-empresarial>>. Acesso em: 18 jan. 2016.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Introdução a Administração**. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

GIANONI, Mayra. **Responsabilidade social corporativa: como fazer?**. 2015. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/responsabilidade-social-corporativa-como-fazer/>>. Acesso em: 18m jan. 2016.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). 2010. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=521690&search=%7C pilar-de-goias>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

LEE, Stan. **Homem aranha. "The Spider Man"**. EUA: Marvel, Várias versões, 2012.

BÍBLIA SAGRADA. **Lucas**. 99.ed. São Paulo: Edições AVE-MARIA, 1995.

MATOS, Francisco Gomes de. **Empresa feliz**. São Paulo: Makron Books, 1996.


SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral: calculadora on-line**. Disponível em: <<http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

TONIOLO, BUSNELO. Disponível em: <<http://www.tbsa.com.br>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

YOUNG, Ricardo. **Os desafios atuais da responsabilidade social empresarial no Brasil**. 2005. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/2005/06/artigos-os-desafios-atuais-da-responsabilidade-social-empresarial-no-brasil/>>. Acesso em: 18 jan. 2016.



## APÊNDICE

	SISTEMA DE GESTÃO TONIOLO, BUSNELLO FORMULÁRIO TONIOLO, BUSNELLO	Depto.: Marketing
	<b>PESQUISA DE SATISFAÇÃO E NECESSIDADE DA          COMUNIDADE</b>	Pág.: 01/02

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	
<b>NOME:</b> Toniolo, Busnello S/A. Túneis, terraplenagens e pavimentações.	<b>DATA:</b> 27/11/2015
<b>ENDEREÇO:</b> Rod. GO 154, zona rural.	<b>MUNICÍPIO:</b> Pilar de Goiás – GO
<b>UNIDADE/CANTEIRO DA OBRA:</b> Pilar de Goiás	

RESPONDER DE ACORDO COM OS SEGUINTES “CONCEITOS” OS “QUESITOS” A SEGUIR:

CONCEITOS				
1. Muito insatisfeito	2. Insatisfeito	3. Regular	4. Satisfeito	5. Muito satisfeito

QUESITOS	GRAU DE SATISFAÇÃO				
	1	2	3	4	5
Respeito ao Meio Ambiente					
Comportamento dos colaboradores com a Comunidade					
Comunicação da Empresa com Comunidade informando alterações no dia-a-dia da mesma (como exemplo, corte de água e luz, alteração de trânsito... etc)					
Sinalização da Obra (placas indicativas)					
Melhoria na infraestrutura da comunidade					
Imagem da Toniolo, Busnello					

1. Quais os benefícios que sua comunidade alcançou com a chegada da TB?

-----  
 -----  
 -----



SISTEMA DE GESTÃO TONIOLO, BUSNELLO  
FORMULÁRIO TONIOLO, BUSNELLO  
**PESQUISA DE SATISFAÇÃO E NECESSIDADE DA  
COMUNIDADE**

Depto.:Marketing

Pág.: 02/02

2. Quais os impactos ocorridos com sua comunidade com a chegada da TB?

-----  
-----  
-----

3. Qual tipo de público você acha importante a Toniolo, Busnello investir na sua Comunidade?

( ) Crianças      ( ) Adolescentes      ( ) Adultos      ( ) Terceira Idade

4. Qual a área que você acha importante a Toniolo, Busnello investir na sua Comunidade?

( ) Educativa      ( ) Infraestrutura      ( ) Meio Ambiente

5. Quais suas necessidades e expectativas com relação à Toniolo, Busnello?

-----  
-----  
-----