

FACULDADE TECSOMA
Curso de Graduação em Administração

Aline Alves Moreira
Alex José de Jesus
Daniela Gama

RESPONSABILIDADE SOCIAL E GESTÃO DA QUALIDADE

Paracatu
2017

Aline Alves Moreira
Alex José de Jesus
Daniela Gama

RESPONSABILIDADE SOCIAL E GESTÃO DA QUALIDADE

Trabalho apresentado ao curso de Administração da Faculdade Tecsona, como requisito parcial para aquisição de média semestral na disciplina: Gestão da Qualidade.

Prof^a. MSc. Maria Aparecida P. Oliveira

“O segredo de qualquer conquista é a coisa mais simples do mundo: saber o que fazer com ela”.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	8
3 RESPONSABILIDADE SOCIAL E GESTÃO DA QUALIDADE	10
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	15
REFERÊNCIAS.....	16

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por finalidade relatar através de estudo bibliográfico sobre o tema a responsabilidade social e a gestão da qualidade, conceituando sua filosofia e importância e conseqüentemente abordando os principais pontos a respeito do assunto.

A responsabilidade social é dever de toda empresa, desde as pequenas, medias e grandes, e envolve todos os colaboradores, desde a alta cúpula até o chão de fábrica. Uma empresa que é socialmente responsável preza por gestão da qualidade voltada para a satisfação de seus consumidores através da visão que eles tem sobre a organização. Buscando sempre atender as necessidades tanto de seus consumidores quanto da equipe que faz parte da empresa.

Atualmente, devido à grande concorrência as empresas estão constantemente em busca de algo para se destacar no mercado. Com isso podemos perceber a importância da responsabilidade social para as empresas. Tornou-se uma das estratégias mais utilizadas. O desenvolvimento rápido das tecnologias causa ao planeta grande impacto, e ainda diminui a taxa de empregos da sociedade. Isso nos leva a questão da desigualdade social, já que muitas pessoas vivem em situações precárias.

Assim com um bom planejamento é possível obter um retorno muito maior. Tanto financeiro como também para a imagem da organização, e ainda trazer reais benefícios ao meio ambiente e às pessoas. Práticas que realmente fazem a diferença geram um reconhecimento muito maior.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

“Responsabilidade social se refere a obrigação de uma organização de maximizar seu impacto positivo sobre a sociedade enquanto minimiza o impacto negativo” (FERREL; HARTLINE, 2009, pág. 15).

O autor Schermerhorn (2011 pág.61), enfatiza completando o pensamento dos autores acima que a responsabilidade social está diretamente ligada com a obrigação de agir de modo a servir tanto aos seus próprios interesses quanto aos da sociedade. Assim se torna um compromisso interno de servir aos seus compromissos de maneira ética e de seus consumidores.

A responsabilidade social de uma empresa é a forma com que ela busca o sucesso e a sustentação do seu negócio. São atitudes que exigem o mínimo de comprometimento e cumplicidade com as aspirações da sociedade, dos funcionários, dos clientes e dos acionistas (TENÓRIO, 2004).

A importância da responsabilidade social tem crescido nos últimos anos, isso demonstra que as empresas estão cada dia mais preocupadas com o planejamento estratégico e imagem da organização, desta forma visando sua reputação e esforços perante os consumidores. Se agregado o valor da responsabilidade social as estratégias adotadas no marketing, é possível perceber o efeito total das atitudes da organização em seus resultados, seja positivamente ou negativamente, a visão que a sociedade tem sobre a empresa, influencia diretamente no retorno dos investimentos da organização (FERREL; HARTLINE, 2009).

A responsabilidade social deve ser vista conforme os princípios destacados pelos autores Ferrel; Hartline, (2009) aborda:

- Inclui a responsabilidade econômica de obter lucro para atender aos stakeholders, aos funcionários e a comunidade em geral;
- Inclui a responsabilidade legal de obedecer todas as leis e todos os regulamentos;
- Inclui a responsabilidade ética de sustentar princípios e padrões que definam conduta aceitável conforme determinado público, órgãos reguladores de governo, grupos privados de interesse, concorrentes e pela própria empresa.

- Inclui a responsabilidade filantrópica de aumentar o impacto geral positivo da empresa sobre a sociedade, a comunidade local e o ambiente.

A uma ligação entre as práticas da responsabilidade social e a gestão da qualidade isso se deve ao fato de que ser socialmente correto, favorece a elaboração de estratégias e atitudes éticas de todos os colaboradores da empresa (FERREL; HARTLINE, 2009).

Assim é importante ressaltar que manter a qualidade dentro da organização é dever de todos desde o chão de fábrica até a alta cúpula, cada um possui sua importância para os processos de produção e gerenciamento das atividades.

Um pequeno exemplo relacionado a essência da contribuição social da qualidade se enfatiza quando comparado com a satisfação do cliente ao seu produto, as perdas podem ser referidas a insatisfação de um consumidor, ou seja, se um cliente ao comprar um automóvel com baixo rendimento e com barulho que irrita a ele e a seus vizinhos, vem a causar danos tanto a sociedade quanto ao meio ambiente além de proporcionar uma visão de má qualidade do produto por onde ele passar (PALADINI, 2009).

Desta maneira conforme o autor Tenório (2004) descreve as organizações devem buscar através da sua responsabilidade social, atitudes que despertam a admiração do mercado, o respeito da sociedades, sendo esses os melhores resultados que um negócio pode esperar para si próprio.

Assim a melhora das condições sociais e econômicas como a preservação do meio ambiente, não beneficia somente a sociedade, mas também as empresas, reduzindo a poluição e seus resíduos e favorecendo as mesmas a criarem produtos de melhor qualidade e valorizados pelo consumidor, de forma sustentável (PORTER; KRAMER, 2009).

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL E GESTÃO DA QUALIDADE

Para o estudo da responsabilidade social devemos conhecer as normas e ISOS que regulamentam a gestão da qualidade e responsabilidade social dentro da empresa, essas normas orientam a atividade dos gestores dentro da empresa assim como sua correta aplicação.

As principais normas e ISOS que orientam a responsabilidade social e gestão da qualidade são

- OHSAS 18001;
- ISO 9001;
- ABNT NBR ISO 26000;
- ISO 14001

A OHSAS 18001

A OHSAS 18001 leva em conta a gestão da segurança do trabalho e a saúde no trabalho essa norma visa a aplicação das políticas do sistema SST (sistema de segurança do trabalho) nos procedimentos e ações do ambiente de trabalho.

A SST tem como principal eixo o diagrama “Planejar-Fazer-Verificar-Agir” também conhecido como ciclo PDCA.

Para a aplicação da SST a empresa e o administrador deve estabelecer algumas etapas.

- ❖ Atribuir responsabilidade e obrigação dentro da empresa;
- ❖ Estabelecer funções com base no conhecimento e formação dos colaboradores;
- ❖ Estabelecer a comunicação dentro da empresa será através de palestras, reuniões ou até mesmo visitas técnicas;
- ❖ Fazer a documentação dos processos criando o fluxograma dos processos para a identificação de input e outputs dos processos;
- ❖ Fazer o controle da documentação dos funcionários orientando para a política do SST e seu objetivo;
- ❖ Identificar e preparar respostas para possíveis emergências;
- ❖ Monitorar e medir o desempenho dentro da empresa;

- ❖ Promover a avaliação da conformidade dos processos com a norma;
- ❖ Promover a avaliação dos acidentes de trabalho e fazer análises de ações corretivas;
- ❖ Promover auditorias dos processos dentro das empresas;
- ❖ Fazer a revisão dos processos de gestão

ISO 9001

A norma 9000 tem como objetivo promover a gestão da qualidade dentro das empresas.

A norma iso 9001 teve sua origem em 1987 depois da crescente demanda por países por programas de qualidades adotados em vários países.

Para obter a certificação ISO 9001:a empresa deve seguir os seguintes passos:

1. **Passo:** conhecer a norma ISSO 9001;
2. **Passo:** identificar os processos
3. **Passo:** promover ações corretivas;
4. **Passo:** criar um plano para implementação da norma ISSO 9001;
5. **Passo:** promover treinamentos dos colaboradores para a eficiência do cumprimento da norma;
6. **Passo:** monitorar o sistema de gestão da qualidade dentro da empresa;
7. **Passo:** requerer a certificação;
8. **Passo:** promover a atualização exigidas pelas normas sempre que possível.

Atualmente a certificação ISO 9001 e um elemento fundamental para a obtenção da vantagem competitiva dentro das empresas uma vez que confere aos produtos da mesma o status de produto de qualidade a obtenção traz uma série de benefícios para a empresa além de visibilidade no mercado.

ISO 14000

A série ISO 14000 trata da gestão da responsabilidade social dentro da empresa e possui algumas variações:

- ❖ **ISO 14001**: normas referentes à implementação do SGA (sistema de gestão ambiental);
- ❖ **ISO 14004**: normas sobre o SGA, porém destinadas à parte interna da empresa;
- ❖ **ISO 14010**: normas relacionadas à auditoria ambiental e sua credibilidade;
- ❖ **ISO 14031**: normas sobre o desempenho do SGA;
- ❖ **ISO 14020**: normas relacionadas aos rótulos e declarações ambientais.

A empresa optante pelo ISO 14004 além de visibilidade internacional assume um compromisso de seguir uma série de ações que visa a proteção e conservação meio ambiente não apenas no ambiente interno como também do ambiente externo.

A ISO 14001 ajuda as empresas a gerir de formas mais eficientes os recursos naturais nos processos das empresas.

Entre as vantagens da norma:

- a)** Melhoria da interação entre a empresa, colaboradores e sociedade em prol das causas ambientais.
- b)** Aumento da confiança de possíveis investidores.
- c)** Marketing positivo
- d)** Promoção de melhorias contínuas dos processos

Para obter a certificação a gestão deve criar um plano de ação que envolva desde a alta gerência ao agente externa da organização comissão avaliadora joga os processos implementados na empresa e vai validar as ações dentro da empresarial de jugada a empresa recebera a certificação.

ISO 26000

A ISO 26000 diz respeito à gestão da responsabilidade social da empresa. Entre as principais vantagens para a empresa está:

- Vantagem competitiva
- Promoção de olhas humanístico a respeito do papel da organização
- Reforça aos valores da empresa
- Melhora da relação com a mídia e com o governo
- Aquisição de novos talentos para a empresa

A estrutura da norma e composta por:

1. Escopo do projeto: define e conceitua o projeto dentro da empresa.
2. Termos e definições do projeto: determina o papel do projeto dentro da empresa assim como a compreensão da responsabilidade social
3. Compreensão de responsabilidade social: demonstra o histórico do surgimento da ISO 26000 dentro da empresa e o surgimento do projeto dentro da empresa.
4. Princípios de responsabilidade social da empresa: define quais são os princípios e valores da empresa.

A norma ISO 26000 abrange diversos temas dentro da empresa como discriminação, direito do trabalho, segurança social, resolução de queixas, direitos civis e políticos, igualdade de gênero, eliminação da poluição e questões relativa ao direito dos consumidores.

Entre os principais princípios estabelecidos pela ISO 26000 esta:

- ✓ Transparência;
- ✓ Igualdade;
- ✓ Liberdade;
- ✓ Comportamento ético;

- ✓ Respeito pelo estado de direitos;
- ✓ Respeito pelos direitos humanos.

A norma ISO26000 tem como principal inspiração a carta internacional dos direitos humanos que surgiu em 1948 para garantir e assegurar os direitos do homem e estar ele em condições mínimas para a vida em sociedade de grupos considerados vulneráveis.

São considerados vulneráveis:

- ✓ Mulheres
- ✓ Crianças
- ✓ Indígenas
- ✓ Imigrantes
- ✓ Refugiados entre outros
- ✓ E pessoas discriminadas com base na raça, cor, diferenças sociais e religião.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Práticas sustentáveis geram grandes benefícios. Porém, muitas empresas erram ao realiza-las apenas com o intuito de ganhar a atenção do consumidor. Acabam apoiando e/ou desenvolvendo causas aleatórias apenas para se mostrar “sustentável”. Isso de certa forma mostra preocupação com o bem-estar da população, incluindo o público-alvo. Mas é preciso ir mais longe e implantar estratégias bem elaboradas que permitam inserir tais práticas na cultura da empresa, realizando ações que sejam boas para a sociedade, mas que tenham ligação com o segmento em questão.

5 REFERÊNCIAS

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão Estratégica da Qualidade: Princípios, Métodos e Processos**. 2º ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PORTER, Michael. **Competição**. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra, ed. ver. e amp. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

SCHERMERHORN, John R. Jr. **Administração**. Tradução Mario Persona. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

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