

# A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS GRANDES EMPRESAS JOSEENSES

*Izabel Cristina de Lima Cesar Fragoso<sup>1</sup>, Zenaide Homem de Mello Ceballos<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Univap - Universidade do Vale do Paraíba/Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Rua Dos Miosótis, nº 46 - Jardim Motorama - Cep: 12224-100 - São José dos Campos - SP, icfragoso@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Univap - Universidade do Vale do Paraíba/Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Av. Shishima Hifumi, nº 2911 - Urbanova - Cep: 12244-000 - São José dos Campos – SP, hmceballos@yahoo.com.br

**Resumo-** O presente trabalho aborda a importância da Responsabilidade Social para algumas das empresas de São José dos Campos que participam e os benefícios que podem oferecer para seus funcionários e comunidade. Uma vez que, o não cumprimento da Responsabilidade Social por parte das empresas reflete primeiramente na perda de sua credibilidade. A empresa perde o seu capital de Responsabilidade Social, ou seja, uma empresa insensível aos problemas sociais da comunidade perde o respeito de seus próprios empregados, parceiros e de todos os cidadãos daquela comunidade ou até mesmo de grande parte da sociedade. O trabalho conclui que um número elevado e crescente de empresas joseenses possui relevantes atividades sociais.

**Palavras-chave:** Definição, importância, participantes e benefícios

**Área do Conhecimento:** VI - Ciências Sociais Aplicadas

## Introdução

As transformações sócio-econômicas dos últimos anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas, obrigando-as a adotarem uma postura mais responsável em suas ações. Já não basta aprender finanças, marketing ou administração para iniciar carreira executiva em uma grande empresa. A importância da Responsabilidade Social vem se consolidando de tal forma no Brasil que as grandes empresas começam a incluir em seus programas de treinamento de novos talentos conceitos sobre Responsabilidade Social e relacionamento com os consumidores e a comunidade.

A extensão da Responsabilidade Social dos negócios por questões não econômicas tem sido muito debatida. O ambiente político e social tornou-se mais importante para as empresas à medida que a sociedade voltou suas atenções para questões como oportunidades iguais, controle de poluição, conservação dos recursos naturais e da energia e proteção aos consumidores e aos trabalhadores.

Tendo em vista, toda relevância e essencialidade que é dada hoje à prática da Responsabilidade Social por parte das empresas, o presente trabalho tem por objetivo, além de falar de sua importância, identificar e analisar as atividades das empresas General Motors do Brasil, Embraer, Johnson & Johnson, Kodak do Brasil e Monsanto do Brasil. Mostrando os benefícios que oferecem à comunidade, à cidade de São José dos Campos e às próprias empresas. Uma vez que incentivam e dão novos rumos a muitos menores carentes, ajudando-os a ter uma oportunidade profissional e contribuindo para o desenvolvimento de nossa sociedade.

## Definição

A Responsabilidade Social é vista como um compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade em geral e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseado na apropriação e uso de recursos que originariamente não lhe pertencem. Ou seja, se a empresa obtém recursos da sociedade, é seu dever restituí-los, não apenas sob a forma de produtos e serviços comercializados, mas, principalmente, através de ações sociais voltadas para a solução dos problemas sociais que afligem esta sociedade.

Segundo o Diretor-Presidente do Instituto Ethos, Oded Grajew [1] (apud Melo Neto, 2001, p.79), “o conceito de Responsabilidade Social está se ampliando, passando da filantropia, que é a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais”.

## Importância

De acordo com Bateman Scott [2] (1998, p. 147), a Responsabilidade Social da empresa é a extensão do papel empresarial além de seus objetivos econômicos. Seus defensores argumentam que as organizações têm amplo espectro de responsabilidade que vai além da produção de bens e serviços para obter lucro. Como membros da sociedade, as organizações deveriam participar ativa e responsavelmente da comunidade e do ambiente mais amplo,

contribuindo para seu desenvolvimento e preservação. Por outro lado, as ações socialmente responsáveis podem apresentar vantagens a longo prazo para as organizações, como melhorar sua imagem e evitar uma regulamentação desnecessária e cara se forem percebidas como socialmente responsáveis.

O exercício da Responsabilidade Social que focaliza o público-interno da empresa, como empregados e dependentes, tem como objetivo motivar seus funcionários para um melhor desempenho, além de criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem-estar. Com isso, a empresa ganha a sua dedicação, empenho e lealdade. Os ganhos de produtividade são enormes.

Dentre as ações de gestão interna estão os programas de contratação, seleção, treinamento e manutenção de pessoal realizado pelas empresas em benefício voltado para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes.

Para Melo Neto [1] (2001, p.87), as principais ações deste tipo desenvolvidas pelas empresas são: Investimentos no bem-estar dos empregados e seus dependentes, como por exemplo, programa de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte; Investimentos na qualificação dos empregados, como, programas internos de treinamento e capacitação e programas de financiamento de cursos externos, regulares ou não, realizados por seus funcionários com vistas a sua maior qualificação profissional e obtenção de escolaridade mínima.

Já o exercício da Responsabilidade Social que focaliza o público-externo da empresa, corresponde ao desenvolvimento de ações sociais empresariais que beneficiam a comunidade. Podendo ser realizadas através de doações de produtos, equipamentos e materiais em geral, transferência de recursos em regime de parceria para órgãos públicos e ONG's, prestação de serviços voluntários para comunidade pelos funcionários da empresa, aplicação de recursos em atividades de preservação do meio ambiente, geração de empregos, patrocínio de projetos sociais criados pela própria empresa.

Uma vez que a empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais, internas ou externas, ela perde o seu capital de Responsabilidade Social. E, o primeiro reflexo que isso provoca é a perda de sua credibilidade. Sua imagem passa a ser prejudicada e sua reputação ameaçada.

Se o problema for direcionado ao público-interno, será prejudicado o clima organizacional, desmotivação, surgimento de conflitos, greves e paralisações, fuga de talentos, queda de produtividade, aumento de acidentes de trabalho, faltas e atrasos. Por outro lado, se o problema for direcionado ao público-externo, podem ocorrer

acusações de injustiça social, boicote de consumidores, perda de clientes, reclamações dos fornecedores e revendedores, queda nas vendas, ações na justiça, riscos de invasões e falência. Daí a grande importância da consciência da Responsabilidade Social, uma vez que, uma empresa insensível aos problemas sociais da comunidade, perde o respeito de seus próprios empregados, parceiros e de todos os cidadãos daquela comunidade ou até mesmo de grande parte da sociedade.

### **Empresas que participam**

Hoje, o engajamento das empresas em projetos voltados para a comunidade ultrapassou o estágio de tendência em que se concentrava na década de 90. Cerca de 60% das companhias participam ativamente, com 2,5 bilhões de dólares de investimento anual.

Na cidade de São José dos Campos, há um número cada vez maior de empresas que participam ativamente do meio social. Proporcionando benefícios para toda a comunidade e meio ambiente. Assim como para funcionários e dependentes.

Tendo em vista o grande número de empresas que participam, o presente trabalho irá abordar algumas delas, tais como: General Motors do Brasil, Embraer, Johnson & Johnson, Kodak do Brasil e Monsanto do Brasil.

**General Motors** [3], o **Instituto General Motors**, fundado em 9 de novembro de 1993, apóia diversos projetos de cunho educativo, ambiental e filantrópico, nas comunidades próximas às suas instalações fabris e comerciais. Em sintonia com os modernos princípios de governança corporativa, que destacam a importância da Responsabilidade Social das empresas, tanto a General Motors como o Instituto General Motors não têm poupado esforços para manter programas e parcerias nas áreas de educação, cidadania, formação profissional, desenvolvimento pessoal, saúde e assistência social, gestão ambiental, gestão de qualidade e tecnologia e gestão de recursos humanos. Cumprindo assim, a missão de resgatar a cidadania de jovens e adultos de comunidades carentes, por meio da educação, proporcionando-lhes condições necessárias para seu desenvolvimento pessoal e sucesso profissional.

**Embraer** [4], dentre os seus inúmeros projetos sociais, o **Colégio Eng. Juarez Wanderley**, inaugurado em 4 de fevereiro de 2002, proporciona ensino médio de alta qualidade à alunos egressos da rede pública de ensino da região de São José dos Campos. Abriga hoje 600 jovens, divididos em três turmas de ensino médio de 200 alunos, selecionados através de processo seletivo aberto e transparente, dentre os mais

carentes. Onde o aluno tem direito a gratuidade do ensino, transporte, alimentação, uniforme e material didático.

Com o Colégio, o Instituto visa, além do alto desempenho acadêmico, o desenvolvimento integral da personalidade dos alunos e a formação de sua consciência social; **Curso de Inclusão Digital para Deficientes Visuais**, onde o Instituto Embraer de Educação e Pesquisa firmou um convênio com o Centro de Reabilitação Pró-Visão para o início do Curso de Inclusão Digital para Deficientes Visuais, objetivando construir uma qualificação profissional aos deficientes visuais através do aprendizado de Informática e a possibilidade de convívio em ambientes e rotinas de empresa; **Programa de Aprendizagem Profissional**, promovido pela Fundhas e pelo Instituto Embraer de Educação e Pesquisa, o programa teve início em setembro de 2003 com a participação de todos os adolescentes da fundhas que trabalham na Embraer. O planejamento do curso foi homologado pelo Conselho Tutelar de São José dos Campos, Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente e pelo Ministério do Trabalho. Objetivando promover a qualificação e o desenvolvimento profissional dos adolescentes, preparando-os para ingressar no mercado de trabalho após o término do contrato. O ponto fundamental para o sucesso do programa é a possibilidade de aplicação prática do que é ensinado ao adolescente em sala de aula; **Programa Mini Empresa**, realizado por meio de parceria entre o Instituto Embraer, a Prefeitura de São José dos Campos e a Associação Junior Achievement, uma ONG originária dos Estados Unidos, o Programa Mini Empresa tem como principal objetivo estimular o espírito empreendedor do jovem. Os ciclos do Programa têm duração semestral: 15 semanas com jornadas semanais de 3 horas e meia de duração. São formadas duas turmas no primeiro semestre e outras duas no segundo. Cada grupo formado compõe uma empresa, e todos os seus integrantes têm a missão de escolher o produto a ser desenvolvido, dar nome à empresa, fabricar o produto e vendê-lo. Dessa maneira, cada mini empresa passa a conhecer os principais processos que são vividos no dia-a-dia empresarial, principalmente no que diz respeito à estrutura organizacional: setor financeiro, de recursos humanos, de produção e de vendas.

As turmas designam entre si quem serão os diretores que ficarão responsáveis pela coordenação de cada uma das quatro áreas.

Hoje há mais de cento e vinte empregados voluntários que vêm atuando e participando do programa na tarefa de orientar os estudantes. Os recursos necessários têm de ser levantados pelos próprios alunos por meio das vendas de ações. Muitos dos empreendedores mirins compraram

ações, outros venderam cotas para familiares e amigos e, em pouco tempo, conseguiram o capital de giro necessário para iniciar a produção, tudo seguindo os passos sugeridos pelos manuais da Junior Achievement. Ao final de cada ciclo, as mini empresas, criadas pelas turmas, são liquidadas e os resultados financeiros distribuídos entre os "acionistas", que são os próprios alunos.

**Johnson & Johnson** [5], sugerido pelos próprios funcionários da Johnson & Johnson, o **Programa Comunitário de Formação Profissional**, em respeito ao meio ambiente com Responsabilidade Social. A idéia que deu origem ao programa partiu da constatação de que muitos dos materiais descartados nas linhas de produção podiam ser aproveitados, e assim preservar a natureza e beneficiar comunidades carentes. Terminados os cursos, os trabalhos são vendidos em bazares e a renda obtida revertida às artesãs. Desde que foi implantado, 179 mulheres carentes receberam 23.520 horas/aula. Em 2000, o Programa Comunitário de Formação Profissional foi reconhecido através do Prêmio Ambiental Mundial, da Johnson & Johnson, com uma menção honrosa na categoria Excelência Ambiental em Liderança; **Programa Menor Carente Jovem Trabalhador**, onde adolescentes de 16 a 18 anos podem fazer estágios remunerados em áreas administrativas da Johnson & Johnson através do Programa "Menor Carente - Jovem Trabalhador". Os candidatos selecionados trabalham das 8 às 17 horas e recebem auxílio financeiro, transporte e alimentação. Participam ainda de treinamentos voltados para a preparação no mercado de trabalho e em atividades educativas; **Programa de Voluntariado**, através do Programa de Voluntariado, a Johnson & Johnson incentiva seus funcionários a contribuírem com um pouco do seu tempo livre e energia para a melhoria da qualidade de vida de crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos. Criado em 1995, o programa funciona como uma ponte entre as entidades sociais e os funcionários que desejam atuar como voluntários. Todos os anos são distribuídos formulários para cadastrar os interessados. O funcionário informa o local onde quer atuar, o número de horas disponíveis, suas habilidades e o tipo de atividade que gostaria de realizar. Em seguida, o Departamento de Assuntos Públicos da Johnson & Johnson entra em contato, informando quais serviços voluntários melhor interagem com as aptidões e a disponibilidade de cada pessoa. O Programa de Voluntariado possui um cadastro com 228 entidades sociais localizadas nas cidades do Vale do Paraíba e São Paulo. E atualmente mais de 100 funcionários, que trabalham em São José dos Campos, fazem algum trabalho voluntário.

**Kodak** [6], desde 1995 a empresa possui o **Projeto de Reciclagem** onde desenvolve ações com separação dos resíduos gerados na empresa e processos de redução de perdas. Como resultado, a Kodak conseguiu reduzir de 36,8% para 8,6% o índice de resíduos enviados para aterros e a reciclagem passou de 63,2% para 91,4%. Os ganhos obtidos com a reciclagem são revertidos para entidades assistenciais e escolas; **Equipamento para Portadores de Deficiência Visual da Entidade Sorri**, a Kodak do Brasil colabora na aquisição de equipamentos de informática para o programa Reabilitação Profissional da Sociedade – Sorri.

A entidade atende cerca de 140 pessoas do Vale do Paraíba, 22 delas portadoras de deficiência visual, visando a sua capacitação profissional e integração social.

**Monsanto** [6], o **Projeto Monsanto na Escola** tem como objetivo melhorar as condições de saúde, cultura, lazer e educação de 900 crianças e adolescentes de escolas da cidade. Para isso, funcionários voluntários colaboram em atividades lúdicas, palestras sobre prevenção e acidentes e uso de drogas, desenvolvimento profissional, cultivo de hortas, etc.

### **Benefícios para a cidade de São José dos Campos**

A cidade de São José dos Campos e sua população são os que mais se beneficiam com a participação das empresas em ações sociais. As classes mais carentes ganham oportunidades de conquistar uma profissão, trabalhar em grandes empresas e obter uma melhor formação educacional. Deficientes físicos ganham valorização humana, as empresas da região passam a ser bem vista, melhorando sua imagem e ganhando prestígio junto à seus moradores, clientes, fornecedores, acionistas e funcionários. Tudo isso acaba sendo voltado para a melhoria da própria cidade, uma vez que, os benefícios aplicados à sua população, contribuem também para seu desenvolvimento e crescimento. Enfim, a conscientização pela prática da Responsabilidade Social pode melhorar o bem-estar de toda nossa sociedade.

### **Conclusão**

A partir desta pesquisa sobre Responsabilidade Social pode-se afirmar que as empresas de São José dos Campos estão predominantemente direcionadas a uma atitude e um comportamento empresarial ético e responsável. É dever e compromisso das empresas assumirem uma atitude transparente e responsável em suas relações com seus diversos públicos-alvo. Estas

empresas buscam na Responsabilidade Social, benefícios como o reforço de sua imagem e, dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela financiados, a empresa pode tornar-se mais conhecida, assim como também a própria cidade, vender mais ou atrair novos investimentos. Os clientes podem orgulhar-se de comprar produtos ou contratar serviços de uma empresa com elevada Responsabilidade Social. Os seus funcionários irão orgulhar-se e se sentirão motivados em trabalhar em uma empresa que se preocupa com seu bem-estar, de sua família e população carente. Agregando valores ao crescimento de sua cidade.

### **Referências**

- [1] MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 79p. 87p., 2001.
- [2] BATEMAN, Thomas S; SNELL, Scott. Administração: construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 147p., 1998.
- [3] GENERAL MOTORS, Internet site address: <http://gmb.chevrolet.com.br/> acessado em 28/03/2005
- [4] EMBRAER, Internet site address: <http://www.embraer.com.br/> acessado em 29/03/2005
- [5] JOHNSON & JOHNSON, Internet site address: <http://www.jnjbrasil.com.br/> acessado em 02/04/2005
- [6] EXAME: GUIA DE BOA CIDADANIA CORPORATIVA. São Paulo: Abril, Edição Especial, p.86-88, 2003.