

A influência da Responsabilidade Social no desempenho de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba, junto à comunidade

The influence of Social Responsibility on the performance of a company in the energy sector in the Araçatuba region, with the community

Rafaela Pires Gomes¹
Sueli Ditadi²
José Carlos Lorenzetti³
Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

A Responsabilidade Social tem seu desenvolvimento a partir de uma consciência voltada para o social, que ocorre quando as empresas aplicam ações sociais através de projetos realizados juntamente com o trabalho voluntário de seus colaboradores e com o investimento espontâneo de recursos financeiros. Esse procedimento traz benefícios para a sociedade, tendo em vista que há a necessidade desse trabalho diante da carência governamental junto à sociedade, que vem crescendo ano após ano. Desenvolver a Responsabilidade Social ativa, nos empreendimentos, é um enorme desafio, haja vista o cenário brasileiro, caracterizado por uma cultura do interesse próprio, ao invés do próximo, o que dificulta a sua implantação com sucesso, entretanto, várias empresas adotam o trabalho social, permitindo ser um diferencial no mercado.

Palavras-chave: Competitividade, Comunidade, Desempenho, Projetos Sociais, Voluntariado.

ABSTRACT

Social Responsibility has its development based on a social consciousness that occurs when companies apply social actions through projects carried out together with the voluntary work of their employees and the spontaneous investment of financial resources. This procedure brings benefits to society, given the need for this work in the face of the government's lack of service to society, which is growing year after year. Developing active social responsibility in enterprises is a long-standing challenge, taking into account the Brazilian scenario with a culture of self-interest rather than the next, which makes it difficult to implement successfully, however, several companies adopt this social work, allowing them to be a differential in the market.

Keywords: Competitiveness, Community, Performance, Social Projects, Volunteering.

¹ Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

³ Administrador, (Especialização, Mestrado ou Doutorado) em Administração; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

Introdução

O trabalho de pesquisa bibliográfica teve como tema a Responsabilidade Social com delimitação na influência em relação à comunidade no desempenho de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba - SP. O Estudo de Caso destacou uma das empresas de maior competitividade mundial no ramo de energia, que em seus valores, contribui para o desenvolvimento econômico do país com ética, respeito às pessoas e ao meio ambiente, atuante na realização de projetos sociais voltados à comunidade, resultando em benefícios.

No objetivo geral evidenciou-se a Responsabilidade Social de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba/SP. Como objetivo específico, priorizou-se a análise da influência da Responsabilidade Social para com seus colaboradores, que foi identificado nos projetos desenvolvidos de forma incentivada ou pelo envolvimento voluntário de seus colaboradores.

Foram relatados, de forma exemplificada no Estudo de Caso, os trabalhos e projetos sociais disponíveis realizados, identificando os benefícios e desempenhos alcançados com o desenvolvimento de tais projetos, envolvendo os colaboradores da empresa. O pressuposto teórico apontou que o incentivo à sociedade através das atividades sociais é motivado pela participação voluntária dos colaboradores da empresa, independentemente do desempenho empresarial, proporcionando benefícios satisfatórios a todos envolvidos, através de sua Responsabilidade Social.

O papel das empresas na sociedade

O desenvolvimento da sociedade em relação ao cenário negocial pode ser descrito de muitas maneiras. Para uma empresa progredir e desenvolver deve nutrir relações com as partes interessadas são elas: funcionários, clientes e fornecedores, a mídia, as autoridades, o comércio, sindicatos e a sociedade, as quais são de fundamental importância para a sobrevivência da empresa e estes incluem.

A complexificação das questões sociais requer respostas mais integrais e integralizadas. O cidadão já não quer ser reconhecido como um somatório de demandas e direitos; deseja atenções integrais e integralizadas em torno das demandas existentes nos territórios, como eixos de um desenvolvimento sustentável. De fato, "humanizar as cidades" emerge como uma das diretrizes difundidas mundialmente para enfrentar as mazelas da desigualdade, pobreza e exclusão, e pressupõe uma perspectiva integral e multidimensional na promoção de maior equidade, de forma duradoura. (CARVALHO, 2014, p.45)

A sobrevivência em longo prazo das empresas depende em parte da manutenção de relações de confiança. A deterioração de tais relacionamentos compromete o desenvolvimento contínuo. A empresa então agrega em seus valores a ideia da boa cidadania corporativa, com uma identidade clara e seus conceitos, convertidos em ações que transmitem a boa índole em transparência e a verdadeira missão da mesma para com a comunidade. As empresas, no formato de cidadania, possuem uma ligação de contribuição direta no tocante à sociedade por meio de suas atividades comerciais, programas de filantropia, investimento no social, compromisso com políticas públicas e éticas sem focalizar uma necessidade específica, como por exemplo a educação. Envolve a totalidade sociocultural, trazendo conhecimento cultural, garantindo melhorias em sua moradia, inserindo as famílias em ensinos técnicos e tecnológicos que irão possibilitar oportunidades sociais e profissionais. São diferentes atividades que serão responsáveis por diminuir a desigualdade vivida por muitas famílias carentes.

Para Cavalcanti (2008, p. 61-62) [...] *é um conjunto importante de experiências de gestão social que vão sendo acumuladas dentro da empresa na prática de ações comunitárias*. A empresa que tem uma ação cidadã busca assumir diferenciais competitivos em relação aos concorrentes, em consequência da prioridade que atribui a política de responsabilidade social e ao empenho de tornar essa política uma realidade efetiva. É parte integrante da rotina da empresa, pois exerce uma forte influência nos negócios, visto que a matriz da empresa possui capital aberto.

As práticas de cidadania são, em partes, uma cobrança da sociedade que espera uma postura ativa das empresas, tornando-se assim uma vantagem competitiva para a mesma. Acompanhar o colaborador no seu dia-a-dia, por meio dos meios de comunicação disponíveis, é uma forma de possibilitar melhorias ou ajustes para que o funcionário sinta-se parte da empresa e tenha orgulho disso.

Responsabilidade social versus filantropia

A seriedade da Responsabilidade Social se prende às ideias de consciência social e de dever cívico, não tendo como objetivo o indivíduo, porque é mais ampla, reflete a postura de uma empresa em favor da cidadania. No entendimento de Melo Neto; Froes (2001, p. 26) *Responsabilidade Social é um estágio mais avançado no*

exercício da cidadania corporativa. Ela se diferencia, no entanto, da ideia de filantropia, embora, como afirmam os mesmo autores, *tudo tenha começado com a prática de ações filantrópicas.*

Segundo Kanitz (2002 apud PIMENTA; SARAIVA; CORRÊA, 2005. p. 248) *filantropia significa amor à humanidade, ao contrário do amor a si próprio ou egoísmo. Surge da mesma raiz de filosofia, amor ao conhecimento.* A filantropia não escolhe quais as causas mais importantes, muito menos o que será feito com o dinheiro. O amor à humanidade é a essência da filantropia e este amor só pode ser vindo do ser humano, através de um trabalho voluntário ou doação.

Conforme Melo Neto; Froes (2004, p. 29), *as ações sociais podem ser diversificadas, relacionando áreas de trabalho e emprego, cidadania, justiça, entre outras; bem como, contemplar apenas cada uma dessas áreas, separadamente.* Os autores consideram ainda que possam ser desenvolvidas de duas formas distintas: por projetos sociais que são formas de empreendimento na busca por soluções dos problemas sociais existentes nas populações que apresentam necessidades precárias urgentes; ou por ações comunitárias que envolvam a participação da empresa em campanhas ou projetos sociais, realizados por parte do governo, entidades voluntárias ou pela própria comunidade.

Ainda de acordo com Melo Neto; Froes (2004 p.29), *a Responsabilidade Social Corporativa compreende ações voltadas para a sociedade, tratamento adequado aos funcionários e bom relacionamento com clientes e fornecedores.* Essas ações exigem que sejam executadas periodicamente, que tenham um planejamento e uma supervisão pois o que se busca é uma sustentabilidade própria das comunidades. É uma necessidade presente mais para as empresas do que para sociedade. Devido a fatores como baixa remuneração da população, educação precária e a violência, a empresa adquire uma consciência social, porque de maneira direta ou indireta, esses fatores acabam por prejudicar o desenvolvimento do negócio.

A ética da responsabilidade social empresarial

A ética é condição indispensável na vida de qualquer empresa. Se não estiver presente, jamais se chegará ao patamar de ser socialmente responsável, seja na pessoa física ou na jurídica. Ou seja, a palavra ética não tem espaço para adjetivos, o que não possibilita a existência de uma empresa meio-ética. Ser ética é condição

para permanência em mercado. A Responsabilidade Social e a ética devem existir em primeiro lugar, voltada aos colaboradores da empresa e seus familiares em um conjunto de ações que promovam ganhos e benefícios, pois seria incoerente planejar projetos filantrópicos e assistenciais à comunidade sem antes voltar o olhar à equipe que compõe o ambiente interno da empresa, fazendo com que evoluam e fiquem satisfeitos em suas necessidades mais importantes, atenciosos na execução de suas atividades e na jornada diária de trabalho , sobretudo para que se possa proporcionar melhoria de produção e reflexos no retorno lucrativo. Consequentemente, quando há uma satisfação com as políticas internas e ações da empresa voltadas à valorização do funcionário, ao surgirem os projetos sociais, estes estarão dispostos, voluntariamente, a participar e tornar o planejamento viável.

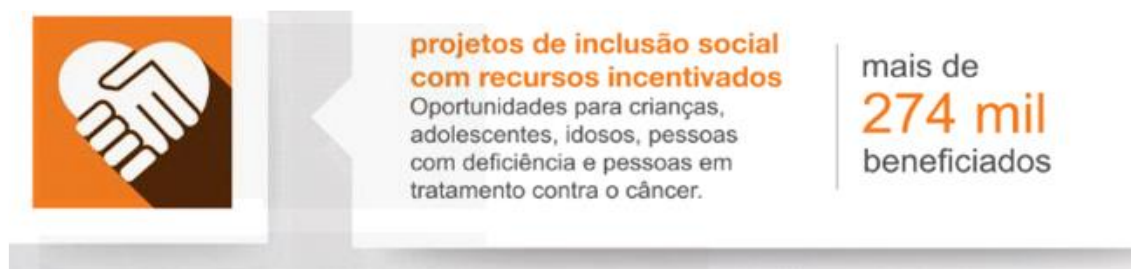
A ética é como a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição e avaliação de pessoas e organização, e a disciplina que dispõe sobre o comportamento adequado e os meios de implementá-lo levando-se em consideração os entendimentos presentes na sociedade ou em agrupamentos sociais particulares. (MAXIMIANO, 1974, p.294)

Para melhor entendimento, a ética é conhecida como uma consciência respeitosa que se tem às regras e princípios morais em situações cotidianas. Moreira (2001) ressalta que, o comportamento ético nas empresas faz com que seja uma das maneiras de se obter lucro, visto que a sociedade confia e busca consumir produtos de marcas de empresas que realizam suas ações com ética, pois estabelece uma relação de confiança com seus colaboradores, seus fornecedores, clientes, entre outros que estejam envolvidos nas atividades rotineiras da organização.

Estudo de Caso

Para exemplificar o que foi abordado em pesquisa bibliográfica sobre o tema Responsabilidade Social, realizou-se um Estudo de Caso com base em informações retiradas do *site* de uma empresa do ramo de energia e a divulgação dos trabalhos realizados, evidenciando as ações sociais desenvolvidas com recursos incentivados ou de forma voluntária, bem como, informações gerais do segmento de mercado aplicado nas unidades produtoras, inclusive na região de Araçatuba - SP, local escolhido pelo fato de possibilitar o acesso às informações coletadas através de seus colaboradores.

Figura1: Projetos de inclusão social



Fonte: Estudo de Caso (2017)

O Estudo de Caso neste segmento foi realizado sobre uma das empresas do ramo de energia mais competitiva do mundo; aposta na inovação, tecnologia e talento de cerca de 30 mil funcionários distribuídos em 24 unidades produtoras para gerar soluções que contribuem para o desenvolvimento econômico do país de forma ética, com respeito às pessoas e ao meio ambiente, seguindo valores e padrões de conduta que condizem com a posição de liderança hoje ocupada. Presente em cinco cidades da região de Araçatuba – SP, dispõe de um núcleo de atendimento denominado Fundação na cidade de Valparaíso – SP voltado para projetos socioeducativos a toda comunidade ao redor, mantendo o compromisso de acreditar no futuro de jovens e adolescentes. Foi criada em 2002 e sua gestão é feita pela área de Responsabilidade Social Corporativa.

Figura 2: Fundação



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Além de engajar o público interno, oferece qualificação profissional, educação e cidadania por meio de projetos que já beneficiaram aproximadamente 13.000 alunos e mais de 1 milhão de pessoas em ações realizadas nas cidades em que está presente ao longo de sua existência desde que foi criada.

Ações da Fundação

Promove o atendimento a crianças, adolescentes, jovens e adultos dentro dos seguintes projetos: infantil, socioeducativo e profissionalizante, em ações na defesa da ética, cidadania e desenvolvimento em todas as formas no âmbito educacional, na preparação e integração para o mercado de trabalho até mesmo em cidades onde não está presente, pois conta com o Núcleo Móvel de cursos profissionalizantes. Além disso, também atua em programas de Pessoa com Deficiência PcD e menor aprendiz. Realiza campanhas que envolvem a comunidade, abordando diferentes temas ligados à educação, cultura, saúde e cidadania.

Figura 3: Inclusão Profissional



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Em todas as unidades produtoras da empresa do Estudo de Caso, a área de Responsabilidade Social desenvolve projetos destinados a mobilizar os colaboradores em atividades de cidadania e participação social, e tem como objetivo incentivar o desenvolvimento de ações transformadoras, com prioridade a temas relevantes que beneficiem a sociedade. Para engajar os colaboradores e estreitar o relacionamento com as instituições, foi criado o Portal do Voluntariado que permite ao colaborador ter contato direto com as instituições cadastradas com a possibilidade de inscrever-se para a realização de trabalhos voluntários de acordo com suas aptidões ou que seja de seu interesse nas horas alheias as de jornada de trabalho. As instituições cadastram-se no site e ali expressam suas necessidades, seja para digitação de notas fiscais à venda ou até mesmo na ajuda em eventos beneficentes.

Quando iniciado em 2015, o projeto era composto por um mini grupo de 20 colaboradores e hoje já ultrapassa o número de 140. Na cidade de Araçatuba – SP, existe cadastro do Abrigo Ismael, trabalho com crianças e adolescentes para realização de diversas atividades; Asilo São Vicente de Paulo, digitação de notas

fiscais do asilo e ARCA, com atividade lúdica com as crianças atendidas que estejam ociosas, através da aptidão de contar histórias.

Além do Portal do Voluntariado, a empresa executa em períodos específicos do ano algumas campanhas com participação direta dos colaboradores que beneficiam as crianças que frequentam as entidades municipais e a comunidade em geral, ao qual citam-se três exemplos:

- a) Campanha do Agasalho - praticada em parceria com o Fundo de Promoção Social, onde os colaboradores doam peças que destinadas às famílias carentes cadastradas no departamento;
- b) Campanha de Natal - atende a uma determinada entidade, podendo ser creche, casa abrigo, APAE ou outra semelhante que atue no município. A campanha segue a seguinte dinâmica: a criança descreve o que gostaria de ganhar no Natal em cartas que são expostas aos colaboradores, que as lê e, de livre vontade, atende AP pedido da criança, dessa forma, se mantém vivo o espírito natalino;
- c) Projeto Amigo Leal - tem como objetivo incentivar os colaboradores a reverter até 6% do valor devido de sua declaração de imposto de renda completa para ações solidárias a projetos sociais cadastrados no Fundo da Criança e do Adolescente, na busca de engajar os colaboradores em causas sociais e ressaltar a importância de estarem integrados com as ações da companhia.

Figura4: Voluntariado



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Exemplificando projeto com recursos incentivados

Durante o período do Estudo de Caso foi possível observar a realização de algumas ações nas cidades da região de Araçatuba – SP onde há unidades

produtoras, inclusive na própria cidade. Através da Lei 12.268 de Incentivo ProAc ICMS em parceria com o departamento de cultura e turismo municipal, realizou-se o projeto Em cena Brasil, conduzido pela companhia teatral especializada Cia Abaré. Na programação de dois dias para cada cidade, houve atividades como oficina de dobraduras, contagem de histórias, apresentações de espetáculos teatrais e circenses para crianças e adultos bem como sessões de cinemas, proporcionando momentos culturais para toda a comunidade.

Concomitantemente á realização deste estudo de caso, foi possível assistir a este evento, principalmente para validar os aspectos pesquisados para o Estudo de Caso. Observou-se que houve a presença em massa de colaboradores, acompanhados de seus familiares e amigos bem como de pessoas da comunidade em geral desde crianças de colo até mesmo membros da terceira idade e também de pessoas ocupantes de cargos de liderança da empresa na qualidade de representantes da mesma, reafirmando assim, o apoio aos projetos realizados nas cidades da região.

Análise da Responsabilidade Social através dos projetos sociais realizados

Faz-se necessário que as organizações tenham em seu entendimento que a empresa, juntamente com seus colaboradores, representa um importante papel na sociedade, portanto, o desempenho de um bom exemplo através das ações realizadas de forma transparente é essencial para atingir satisfatoriamente os objetivos da Responsabilidade Social, que visam construir relacionamentos éticos com todos envolvidos, estabelecendo um desenvolvimento sustentável que beneficia as famílias, preservando o ambiente em que todos vivem e proporcionando uma melhor qualidade de vida até mesmo para as futuras gerações. Constata-se uma ampla divulgação a respeito dos projetos feitos pela empresa e os benefícios para toda a sociedade, que de fato comprova o comprometimento em suas ações sociais, onde não somente os que são favorecidos ganham algo, mas resulta-se também um sentimento recíproco, voltado então ao princípio da filantropia, servindo de estímulo para aqueles que fazem parte dos projetos, ou seja, o bem ao próximo e o sentimento de dever cumprido pelas boas condutas.

Observa-se que, quando realizado um projeto e que nele são descritas as metas e percebe-se que os colaboradores, seus familiares e a própria comunidade

ao entorno estão diretamente envolvidos, os resultados formam uma cadeia circular em que todos os envolvidos se beneficiam, fazendo com que desperte o instinto de amor e respeito ao próximo, convívio harmonioso e solidário para com seus semelhantes e isso é observado nas rotinas diárias de trabalho, acima de tudo porque a autoestima é elevada e a produtividade aumenta, pois quando a prática do bem transforma pessoas o reflexo fica evidente nos atos diários inclusive ao desenvolver suas atividades fazendo com que a melhoria dos resultados seja evidente.

Conclusão

Conclui-se, com base nos dados obtidos por meio da realização do Estudo de Caso de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba, relacionado à temática da Responsabilidade Social, que os objetivos foram alcançados no desenvolvimento deste projeto e corrobora com a afirmação de que há uma inquestionável influência positiva da Responsabilidade Social, por parte das empresas junto à comunidade em que ela se insere, reafirmando que, tanto na teoria como na prática, uma ação social transforma a rotina de uma empresa e a vida pessoal de todos os envolvidos. Ainda é possível observar que, por meio dos projetos realizados, a empresa traz consigo a postura de um olhar social, auxiliando na evolução da Responsabilidade Social no mundo corporativo e na sociedade.

O presente estudo também confirma a ideia de que os projetos sociais, que envolvem os próprios colaboradores das empresas, e os motivam a participarem ativamente, também trazem muitos benefícios, principalmente, quando são realizados de forma voluntária. São nítidas as transformações que provocam na vida de todos os envolvidos, nem que por um curto período de tempo.

Discorrer sobre Responsabilidade Social requer cuidados para não ser compreendida de forma errônea pela sociedade, a qual se beneficia destes projetos e não haja confusão entre os negócios da empresa e sua contribuição para com o desenvolvimento e crescimento daqueles que dela se beneficiará com seus projetos que visam promover uma sociedade mais justa e igualitária.

Para que os projetos sejam eficazes e tragam retornos satisfatórios faz-se necessário um planejamento com objetivos bem delineados, onde cada etapa seja

seguida, traga os resultados esperados, e haja comprometimento de todos os envolvidos.

Como Proposta de Intervenção para a empresa estudada neste artigo, sugere-se dar continuidade no desenvolvimento de ações promovedoras de mudança na realidade escassa, vivida por muitos em nosso país. Demonstrou-se, através do Estudo de Caso, uma demasiada capacidade dos projetos, em trazer inúmeros benefícios, para a empresa, seus colaboradores, e, principalmente para própria comunidade, a qual, em algum momento, venha a necessitar destas demandas, não levando em conta o assistencialismo, mas sim a prática do amor ao próximo.

Ciente do papel desempenhado na sociedade, a área de Responsabilidade Social tem o objetivo de construir e promover um relacionamento solidário junto às comunidades, contribuindo para o desenvolvimento social e aumentando as oportunidades para todas as faixas etárias, intensificando sua presença positiva no meio no qual está inserida.

É necessário observar o ambiente ao redor na sociedade e quais são suas necessidades. Isso irá garantir que os projetos tenham assertividade, trazendo diversos benefícios para a relação estabelecida entre empresa e comunidade, promovendo maior desenvolvimento social e, por fim, a diminuição das diferenças sociais existentes nas populações desfavorecidas.

Referências Bibliográficas

BRASIL, Lei nº 12.268, de 20 de fevereiro de 2006. Institui o Programa de Ação Cultural - PAC, e dá providências correlatas. **Diário Oficial Executivo República Federativa do Brasil**, Brasília, 21 fev. 2006, p. 1, Seção I, pt 1.

CARVALHO, Maria C. B. **Gestão social e trabalho social: desafios e percursos metodológicos**. São Paulo: Cortez, 2014.

CAVALCANTI, Luiz O. **Cidadania e responsabilidade social**. Espírito Santo: Ex Libris, 2008.

COSTA, Ivonete L. **Ética, ética empresarial, moral e responsabilidade social**.

2011. Disponível em:

<<https://www.administradores.com.br/artigos/marketing/etica-etica-empresarial-moral-e-responsabilidade-social/57698/>> Acesso em: 28 jun. 2017.

FUNDAÇÃO RAÍZEN, **Voluntariado**. Disponível em:
<<http://www.fundacaoraizen.org.br/voluntariado/Home.aspx>> Acesso em: 06 nov. 2017.

GOVERNO MUNICIPAL, **Projeto 'Emcena Brasil' se apresenta em Mirandópolis neste fim de semana**. Disponível em:
<<https://www.mirandopolis.sp.gov.br/noticias/projeto-emcena-brasil-se-apresenta-em-mirandopolis-neste-fim-de-semana/>> Acesso em: 02 jun. 2017.

KANITZ, Stephen. Responsabilidade Social – Uma Abordagem Crítica. In: PIMENTA, Solange M.; SARAIVA, Luiz A. S.; CORRÊA, Maria L. **Terceiro setor: dilemas e polêmicas**. São Paulo: Saraiva, 2006.

MAXIMIANO, Antonio C. A. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 1974.

MELO NETO, Francisco P.; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOREIRA, Joaquim M. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Editora Pioneira Thomson Leatning, 2001.

NORÉN, Göran. The Role of Business in Society. **Svenskt Näringsliv**, Estocolmo, julho, 2004. Disponível em:
<https://www.svensktnaringsliv.se/english/publications/the-role-of-business-in-society_565757.html> Acesso em: 13 jul. 2017.

RAÍZEN, **Sociedade e sustentabilidade: atuação na sociedade**. Disponível em:
<<https://www.raizen.com.br/sobre-raizen/patrocinios-e-investimento-social?page=1>> Acesso em: 05 ago. 2017.