

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL: ANÁLISE DA MÍDIA JORNALÍSTICA

MARCELA MIWA² CARLA VENTURA³ EDSON MARTINS⁴

RESUMO

Trata-se de pesquisa descritiva-documental sobre como a mídia jornalística aborda as ações de responsabilidade social das empresas com certificação social e quais suas relações com o desenvolvimento regional, restringindo-se a informações do estado de São Paulo. As certificações de qualidade contribuem para padronização e melhoria na produção, contudo, a mídia apresenta limitações, seja por falta de detalhamento das notícias ou por outros interesses político-econômicos.

Palavras-chave: Responsabilidade social; Desenvolvimento Regional; Certificação social; Mídia jornalística; Empresas privadas.

ABSTRACT

This is a descriptive-documental research about how the newspapers approach social responsibility of companies with social certification and their relationship with regional development, searching for information only about the state of São Paulo. The quality certifications contribute to standardization and the improvement in the production, however, the media has limitations, either due to a lack of detail in the news or other political-economic interests.

Keywords: Social responsibility; Regional Development; Social Certification; Newspaper Media; Private Companies.

Introdução

Em um mercado altamente competitivo, as empresas estão buscando diferenciais estratégicos em seus produtos e serviços. Neste contexto, na definição de seus planejamentos estratégicos, algumas empresas começam a valorizar a Responsabilidade Social (RS), também conhecida atualmente no mercado como Responsabilidade Social Empresarial (RSE), ou por Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Estes modelos de RS, além de fortalecerem a marca e a imagem da organização como empresa sustentável,

² Universidade de São Paulo.

³ Universidade de São Paulo.

⁴ Faculdade Anhanguera.

também valorizam seu comportamento humano, com foco em uma cooperação proativa em todo seu ciclo produtivo, interno e externo. Conforme argumentam Serpa e Fourneau (2007):

[...] a visão socioeconômica defende o papel da organização na promoção do bem-estar social, com objetivos mais amplos do que a obtenção de lucros corporativos e geração de empregos sem, contudo, ignorá-los. Alguns de seus princípios são: foco nos lucros de longo prazo para o negócio; obtenção de melhor imagem junto à sociedade e menor regulamentação governamental para o negócio; incorporação de maiores obrigações sociais para o negócio; promoção de melhor ambiente para todos. De acordo com esta abordagem, a empresa estará cumprindo sua responsabilidade social na medida em que proporcionar uma melhora nas condições de vida da sociedade (SERPA e FOURNEAU, 2007, p.85).

Existem várias certificações e normas sobre atuação e comportamento do trabalhador nas empresas, sejam elas regras e procedimentos internacionais como as normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT), a BS-8800 e OHSAS-18001, que regulamentam a segurança e saúde no local de trabalho e a SA-8000 que define normas relacionadas a RS, como por exemplo no Brasil, regulamentadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

A SA-8000 é uma importante norma social regulamentar que complementa as leis e os regulamentos governamentais para verificação de condições saudáveis de trabalho (ALMEIDA, 2009), proibindo, por exemplo, o trabalho forçado ou compulsório, além de garantir o direito do trabalhador à liberdade de associação (LEIPZIGER, 2003).

Tanto a SA-8000 como a certificação OHSAS-18000 regulamentam procedimentos de gestão. A OHSAS-18000 também se aplica à gestão da segurança e saúde no trabalho, definindo as normas relacionadas a todos os tipos e porte de empresas e passíveis de integração com outros tipos de gestão como qualidade, meio-ambiente e RS (OLIVEIRA, 2014).

Nesse cenário, as empresas devem prover um ambiente de trabalho seguro e saudável de acordo com os padrões básicos trabalhistas, desde água potável para beber até fornecer equipamentos de segurança e treinamento aos funcionários. É necessária a implantação de um sistema de saúde e segurança no trabalho, com devidos registros e controles dos processos de verificação periódica de saúde e segurança, como também deve estar preparada para prover os primeiros socorros. No Brasil, existem normas regulamentadoras de saúde e segurança do trabalho definidas pela Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e Emprego, a NR-20, e formalização da NR-5, praticada pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA).

Nessa perspectiva, empresas que possuem certificações sociais podem ser mais reconhecidas no mercado e por seus clientes, com maior divulgação na mídia jornalística e em outros

meios de informação, com foco em formadores de opiniões no mercado corporativo, o que fortalece o reconhecimento de sua influência no meio social, como também internamente com seus funcionários.

Considerando este cenário, este estudo apresenta como objetivo conhecer como a mídia jornalística aborda as ações de responsabilidade social das empresas com certificação social e quais suas relações com o desenvolvimento regional.

Metodologia

Trata-se de pesquisa descritiva-documental baseada em dados secundários, coletados junto às mídias dos sites dos jornais: Folha de São Paulo, o Estadão e o Valor Econômico, restringindo-se a informações do estado de São Paulo.

A mídia jornalística foi escolhida como fonte de pesquisa primeiramente por ser muito conhecida nos meios de comunicação, conforme destaca a pesquisa realizada pela Revista Imprensa CDN (BUENO, 2008). Neste mesmo âmbito, de acordo com dados da CDN, o Estadão, a Folha de São Paulo e o Valor Econômico são as mídias mais abrangentes e reconhecidas do estado de São Paulo e em todo Brasil. Quanto o foco no estado de São Paulo, deve-se ao fato deste estado ser o mais desenvolvido e de maior concentração empresarial do Brasil, formado por grandes polos industriais presentes na própria capital e grande São Paulo, pelo litoral paulista, pela grande região de Campinas, como também pelas cidades do interior.

Segundo Porto (2007), a imprensa escrita permite a produção de um acervo fundamental para a sociedade e os fatos sociais que a rodeiam, como acontecimentos relacionados aos interesses, tensões, estratégias e realidades de uma época em mensagens verbais e não verbais, enfatizando, assim, a comunicação como uma estratégia social a um só tempo, e se fazendo discursiva.

Inicialmente, as notícias foram buscadas usando a ferramenta de busca dos próprios sites, por meio da utilização das palavras chave (Filtros): “Responsabilidade Social” (1), “Empresa Cidadã” (2), “Socialmente Responsável” (3), em um período de busca dos últimos dez anos, entre 01 de janeiro de 2006 e 01 de setembro de 2015.

Das três mídias eletrônicas escolhidas Folha de São Paulo, o Estadão e o Valor Econômico, conforme filtros ou as palavras chaves utilizadas, foram utilizados os seguintes endereços eletrônicos:

Folha de São Paulo (2015): <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado>>;

<<http://classificados.folha.uol.com.br>>.

Estadão (2015): <<http://www.estadao.com.br/noticias>>;

<<http://cultura.estadao.com.br/noticias>>;

<<http://economia.estadao.com.br/noticias>>;

<<http://www.territorioeldorado.limao.com.br>>;

<<http://pme.estadao.com.br/noticias>>.

Valor Econômico (2015): <<http://www.valor.com.br>>.

Foram utilizados como critérios de inclusão: notícias relacionadas à responsabilidade social de empresas certificadas em RS e localizadas no estado de São Paulo. Para identificar se as empresas possuíam certificação em RS, foi realizada consulta no Site oficial de cada empresa, em listas disponibilizadas em Sites regulamentadores e oficiais como ABNT (2015), INMETRO (2015), Instituto ETHOS (2015) e PNUD (2015).

Na obtenção dos primeiros dados de pesquisa dos registros de notícias, inicialmente teve-se que realizar um trabalho cuidadoso de seleção dentre mais de 2000 registros envolvendo responsabilidade social. Apenas 5% destes registros estavam relacionados a empresas e instituições privadas. Nos demais procedimentos de filtros foram obtidos 43 registros de notícias relacionadas com pelo menos uma empresa com certificação em RS, em um total de 42 destas empresas, com pelo menos uma unidade no estado de São Paulo.

Ressalta-se que entre os registros de notícias não relacionados com empresas privadas que foram descartados, estavam notícias com foco em ações governamentais, do estado e municípios, do meio acadêmico e da sociedade civil. Foram também retiradas as repetições e, por fim, eliminados os registros de notícias das empresas que não eram certificadas ou não se podia comprovar nos meios disponíveis suas certificações de RS.

Das notícias selecionadas, foram extraídos dados por meio de um roteiro dividido em duas partes. A “parte A” do roteiro foi construída com base em modelo apresentado por Porto (2007), em que os artigos selecionados foram organizados em um quadro contendo as seguintes informações: Número do Registro, Tipo de Mídia, Título, Ano de Publicação, Nome da(s) Empresa(s), Endereço Eletrônico da Mídia, Autor. Na “parte B”, construída de acordo com os objetivos da pesquisa, foram extraídos os seguintes dados: Número do Registro da Notícia/Nome do jornal, Nome da Empresa, Certificações, Local (Cidade/UF),

Foco das Ações de RS (Sustentáveis), Atividades relacionadas com o Desenvolvimento, Relações Externas, Relações Internas.

Os dados foram submetidos a análise temática de Bardin (1994), a qual prevê três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e interpretação. Assim, os dados foram agrupados em três categorias principais: 1. Ações internas de Responsabilidade Social; 2. Ações externas de Responsabilidade Social e 3. Ações sociais relacionadas ao Desenvolvimento Regional.

Resultados e discussão

No que diz respeito à participação dos tipos de mídias envolvidos nesta pesquisa, do total obtido de 43 registros válidos, 20 registros foram provenientes da Folha de São Paulo (46%), 17 registros do Estadão (40%), e 6 registros de notícias do Valor Econômico (14%), predominando em quase equilíbrio as duas primeiras mídias.

Estes registros indicaram ações de RS em 17 cidades do Estado de São Paulo onde se localizam as empresas certificadas em RS. Grande parte está presente na cidade de São Paulo (58%), refletindo sua grande concentração empresarial, seguida por Piracicaba com 12%, Ribeirão Preto com 4% e os 26% restantes foram relacionados a outras cidades do interior paulista.

Importante reforçar que das 42 empresas certificadas em RS e selecionadas pelas suas ocorrências nos registros de notícias fornecidas pela pesquisa, 53 registros foram de notícias relacionadas com RS, considerando empresas com pelo menos uma certificação social como: OHSAS-18000, SA-8000, NBR-16000, ISO-26000, entre outras normas relacionadas. São empresas presentes nos mais variados ramos de atividades como cosméticos, energia, financeiro, bebidas, alimentos, comunicação, roupas, eletrodomésticos, automobilístico, commodities, com pelo menos uma unidade no estado de São Paulo. Dos 43 registros de notícias, havia 42 empresas certificadas, obtidas pela seguinte distribuição das palavras chave ou filtros usados na pesquisa: 33 registros com “Responsabilidade Social” (77%), 6 registros com “Empresa Cidadã” (14%), e 4 registros com “Socialmente Responsável” (9%). A palavra-chave com maior alcance foi “Responsabilidade Social”, considerando como complementares os filtros de “Empresa Cidadã” e “Socialmente Responsável”, ficando clara a predominância de registros relacionados ao primeiro item.

Ações internas de Responsabilidade Social

Foi analisada a distribuição das ocorrências de notícias, destacando-se as ações sociais das empresas certificadas em seus aspectos internos (em sua estrutura) e externos (nas comunidades envolvidas). De um total de 59 registros, obteve-se 32 notícias sobre ações sociais externas (54%), predominando sobre 22 registros de ações sociais internas (37%), restando 5 ocorrências não relacionadas (9%) diretamente com ações internas ou externas.

Os registros sobre ações sociais internas ocorreram na seguinte disposição: Sistemas de Gestão (33%); Saúde e segurança (30%); Discriminação (16%); Liberdade de associação (8%); Trabalho forçado (5%); Remuneração (5%); Trabalho infantil (3%); Práticas disciplinares (1%); Horas de trabalho (1%).

Observa-se que as empresas certificadas em RS vêm focando o desenvolvimento nos sistemas de gestão sociais, como forma de evoluir como empresas cidadãs, agindo em aspectos considerados importantes para o trabalhador como saúde e segurança, discriminação e falta de liberdade de associação. Isto reflete o grande desafio destas empresas em fortalecer em sua cultura organizacional a valorização e o respeito aos seus funcionários.

No contexto das ações internas, ressaltam-se os seguintes subtemas:

a) Sistemas de Gestão: as empresas devem, gerenciar sistemas de gestão de qualidade que facilitem a aplicação dos procedimentos e processos, viabilizando o acompanhamento na melhor forma de execução, e a medição dos indicadores de desempenho para garantir o cumprimento do que se definiu no escopo do projeto.

Eles são chamados de “românticos”, “idealistas” e até “utópicos”. Tentam convencer seus pares de que resultados econômicos não são tudo na vida da empresa, que variáveis socioambientais precisam ser incorporadas à gestão e que o bom relacionamento com públicos até então considerados de menor importância, como ONGs e comunidades do entorno, é fundamental para o negócio [...]. “Ainda que exista dificuldade de encontrar executivos com uma visão pronta, consolidada, o que vemos hoje é uma busca permanente por esse profissional”, diz Fábio Mandarano, da Deloitte. (Folha de SP, 2012, Empresa DELLOITE/ São Paulo-SP).

b) Saúde e segurança: este é um tema muito discutido pois envolve um fator direto relacionado à qualidade de vida dos funcionários e compõe umas das bases dos sistemas de RS como por exemplo a SA-8000 e OHSAS-22000.

Natura, Ypê, Ibama, Greenpeace e Omo lideram marketing verde.

Companhia que aposta na estratégia da responsabilidade socioambiental desde a sua origem, a Natura aponta o fato de estar entre as mais lembradas como um sinal do consumidor [...] No final de 2006, uma queda nos lucros levou a Natura

a aumentar de maneira expressiva os gastos em publicidade. Era preciso reconquistar o mercado. O volume maior de campanhas pode ter ajudado a companhia a ser mais bem lembrada no quesito ambiental.[...]. (Folha de SP, 2008/ Empresa NATURA/ Piracicaba -SP)

c) Discriminação: Não pode haver no ambiente de trabalho qualquer tipo de discriminação, por raça, credo, classe social, origem étnica, deficiência, sexo, orientação sexual, filiação sindical ou política, e que venha a ter diferenciação de tratamento ou ser prejudicado por atos que causem humilhação, exposição, difamação, ou qualquer prejuízo de alguma forma moral ou física. Uma forma interessante de minimizar ou eliminar a discriminação no ambiente de trabalho é o treinamento que pode ser intermediado com sindicatos ou profissionais qualificados (LEIPZIGER, 2003).

Na Dow, o Glad (sigla para gays, lésbicas e aliados na Dow) foi criado há pouco mais de um ano e hoje tem 90 membros. [...] o grupo atua para conscientizar colegas com filmes e palestras. [...] “Eles também organizaram um treinamento para que chefes aprendam a lidar com funcionários LGBT”. (Folha de SP, 2010, Empresa DOW CHEMICAL/ Rio Claro-SP)

d) Liberdade de Associação: cada vez mais as certificações sociais estão fortalecendo a liberdade dos funcionários de participação em sindicatos como em movimentos de reivindicação social e política, ou até mesmo cultural e religioso.

e) Trabalho Forçado: As empresas devem respeitar as leis trabalhistas nacionais. A empresa não pode realizar qualquer tipo de punição ou penalidades corporais, coerção mental ou física, ou abuso verbal, ou assédio moral contra trabalhadores. As práticas disciplinares devem ser utilizadas de forma a colaborar com a organização e o comportamento saudável dos colaboradores, mas se torna importante agir na origem dos problemas minimizando assim a necessidade de uso de proteções individuais que acabam dificultando as atividades dos trabalhadores (FRANCO, RODRIGUES, CAZELA, 2001).

A Zara Informou ainda que reconhece sua responsabilidade social no caso do fornecedor de 2011, já descredenciado após não colaborar com as auditorias da empresa, [...] a empresa informa ter investido R\$ 14 milhões em ações de responsabilidade social no Brasil, onde emprega diretamente 3.000 funcionários. PROJETO-Batizado de “fabricado no Brasil”, o projeto consiste em mostrar, na etiqueta de todos os produtos feitos no país, informações sobre a mercadoria e o fornecedor, como sua localização e o total de trabalhadores que emprega. (Folha de SP, 2014/ Empresa ZARA/ Alphaville/Barueri -SP)

f) Remuneração: A remuneração deve estar baseada nas regras e normas legais e sindicais mínimas que valorizem o trabalho compatível com a função, suprimindo necessidades básicas do trabalhador, com no mínimo alguns rendimentos discricionários, não sendo

realizadas por outras razões fora do contexto trabalhista. O processo de pagamento deve ser conveniente ao funcionário, de maneira fácil, adequada e pontual (LEIPZIGER, 2003).

3.2. Ações externas de Responsabilidade Social

No tocante, as ocorrências de ações externas de responsabilidade social, destacam-se: Realização de projetos sociais para comunidade (41%); Promoção de proteção à saúde dos consumidores (15%); Capacitação de fornecedores, implantação e acompanhamento de requisitos de RS (11%); Ações sociais promovidas por funcionários em voluntariado, para educação em escolas públicas (7%); Integração social (7%); Capacitação profissional de classes sociais carentes, ações sociais de promoção a arte e a leitura, de apoio a Organizações Não-Governamentais (ONGs) concessão de bolsas de estudo e desenvolvimento profissional, projetos educacionais nos municípios das unidades, ficam com o restante das ações (19%).

Analisando os fatores detalhados das ações externas, percebe-se que grande parte da influência das empresas certificadas em RS colabora para o desenvolvimento das comunidades em seu entorno e fora dele.

No contexto das ações externas, ressaltam-se os seguintes subtemas:

a) Projetos sociais para comunidade: com foco nas ações externas das empresas certificadas em RS, percebe-se relação direta com o desenvolvimento regional e humano, sendo o item mais citado nos registros de notícias, como pode ser visto a seguir:

A TAM Linhas Aéreas selecionou oito projetos socioambientais [...] para apoiar durante este ano. A iniciativa faz parte das ações planejadas no âmbito de responsabilidade social corporativa. (Folha de SP, 2011, Empresa TAM/ São Paulo-SP).

Mais de 70 mil crianças e adolescentes no país foram beneficiadas pelos projetos sociais desenvolvidos pela Raízen no primeiro semestre deste ano. (O ESTADÃO, 2015, Empresa RAIZEN/ Piracicaba -SP).

b) Proteção à saúde dos consumidores: a preocupação com o bem estar também acontece externamente quando se fala não só na satisfação dos consumidores, como no seu bem estar. Sendo assim, estas empresas se empenham em seguir rigorosamente seus padrões de normas relacionadas como por exemplo alimentos, cosméticos ou produtos de limpeza, seja com cuidados em armazenamento, validade, ou em sua correta utilização.

Já imaginou ter um emprego em uma empresa onde você não seja apenas um trabalhador e, sim, um colaborador de um propósito maior? Uma empresa onde o desenvolvimento pessoal e a organização, como um todo, sejam proporcionais?

Uma empresa que se preocupe com o bem-estar de toda cadeia, de fornecedores a consumidores? Parece utópico, mas é real. Essas organizações pregam o chamado capitalismo consciente, que visa além do lucro, a criação de valor para os “stakeholders”, ou seja, todos os envolvidos. [...] Um grande questionamento é sobre o desempenho dessas organizações. Uma resposta a isso é observar empresas que são grandes referências no mundo: Google, Facebook, Apple, Starbucks e, no Brasil, o Pão de Açúcar, a Riachuelo, a Natura, além de várias outras. Os adeptos a esse capitalismo argumentam que o bem-estar geral converge para um cenário extremamente favorável a longo prazo [...]. (Folha de SP, 2014, Empresas Pão de Açúcar, a Riachuelo, a Natura/ São Paulo-SP).

c) Capacitação de fornecedores, implantação e acompanhamento de requisitos de RS: o trabalho estruturado e sob controle de processos em uma empresa certificada pode ser prejudicado com seus fornecedores não seguirem estas exigências. Dessa forma, a preocupação com a qualidade de seus fornecedores se faz necessária, desde seu credenciamento, garantindo e medindo os produtos ou serviços fornecidos e mantendo os índices necessários, como também garantindo sua capacitação para que os riscos de variabilidade sejam eliminados ou pelo menos fiquem dentro dos padrões permitidos. Isto também se aplica aos aspectos da RS conforme visto a seguir:

Novos hábitos de consumo e pressões de mercado nas questões ambientais e sociais forçam empresas globais a olhar para pequenos produtores que abastecem suas fábricas. “Não conseguiremos atingir a ambição de dobrar de tamanho e reduzir pela metade a pegada ambiental, sem a construção de uma rede de fornecedores que tenham o mesmo objetivo”, diz Seref Alptekin, diretor de compras para América da Latina da Unilever. [...] A meta é que todas adotem padrões socioambientais mínimos e boas práticas de direitos humanos até 2017. (Valor Econômico, 2015, Empresa UNILEVER/ Vinhedo-SP).

d) Ações sociais promovidas por funcionários em voluntariado, para educação em escolas públicas: muitas empresas socialmente responsáveis, em seus projetos de expansão de ações sociais externas utilizam de uma estratégia que reforça o seu fortalecimento social interno, quando incentivam os próprios funcionários a participarem como voluntários em atividades nas comunidades de seu entorno.

Mais de 70 funcionários da Ultragaz serão voluntários da Junior Achievement. A organização de educação prática em economia e negócios, que desenvolve projetos em 14 cidades brasileiras. (Estadão, 2011, Empresa ULTRAGÁZ/ Paulínea-SP).

e) Integração social: considerando os grandes problemas sociais encontrados no Brasil gerados pela diferenciação excludente, como a dificuldade de acesso da população mais carente a uma educação de melhor qualidade, se faz necessário que os agentes sociais atuem de diversas formas na valorização dos mais fracos e excluídos, promovendo todo tipo de integração social.

A Oi, ao lado do Oi Futuro, instituto de responsabilidade social da empresa, “vem atuando fortemente na geração de ofertas especiais, no apoio a projetos inovadores e no patrocínio de eventos, como o Festival de Cinema de Gramado e a Bienal do Mercosul. (Folha de SP, 2014, Empresa OI/ São Paulo-SP).

Capacitação profissional de classes sociais carentes: oferecer capacitação a sociedade mais carente é uma importante ação social para sua inserção no mercado de trabalho e busca de promoção do desenvolvimento humano.

O projeto começou com o desenvolvimento de um produto - um néctar de açaí com banana da marca Del Valle, que chegou aos pontos de venda em setembro de 2013. Depois de um trabalho de imersão de oito meses nessas comunidades, a companhia conseguiu estruturar um modelo baseado no valor compartilhado que já beneficia 600 famílias. “Para esse novo produto, criamos uma parceria que envolve mais de 30 instituições, entre ONGs, governo federal e estadual. Treinamos as pessoas em extrativismo, ensinamos as questões técnicas e logísticas e os inserimos na cadeia de valor oferecendo preço justo: dobramos o valor pago ao açaí para eles” explica Zarazúa. “É o projeto da Coca-Cola que melhor representa, na prática, a ideia do valor compartilhado”, elogia o estrategista Mark Kramer. (Valor Econômico, 2014, Empresa COCA-COLA/ São Paulo-SP).

a) Ações sociais de promoção à arte, à leitura e às ONGs: a promoção da cultura para a população carente consiste em componente importante de atuação na RS promovida por empresas certificadas, que muitas vezes se utilizam estrategicamente de ONGs para melhor atingir esta população e de forma mais profissional.

A Faber-Castell anuncia: vai apoiar, em 2013, três ONGs - Ritmo, Som e Movimento, Caminhos da Leitura e Fundação Dorina Nowill - por meio da Lei Rouanet. (O ESTADÃO, 2013, Empresa FABER-CASTELL/ São Carlos-SP).

b) Projetos educacionais nos municípios das unidades: ainda dentro do tema educação como ponto importante das ações externas de RS, reforça-se que os programas governamentais para a educação nas escolas estaduais e municipais têm se demonstrado insuficientes nas últimas décadas, sendo de vital importância a participação dos atores sociais privados nestas escolas, melhorando suas condições de estrutura, professores e incentivo aos alunos.

O Concurso Tempos de Escola recebeu 2.990 inscrições, aumento de 332% em relação à última edição. A iniciativa promove educação escolar nos municípios onde ficam as unidades do Grupo Votorantim. (Folha de SP, 2011, Empresa VOTORANTIM/ Luiz Antônio-SP).

3.3 Ações sociais relacionadas ao Desenvolvimento Regional

Nesse momento, serão abordadas as ações sociais relacionadas ao Desenvolvimento Regional. As empresas com ou sem certificação social que desenvolvem ações sociais em sua comunidade ou fora dela podem desempenhar importante papel para o desenvolvimento regional. São muitas oportunidades existentes devido às grandes desigualdades sociais, inclusive nos estados de maior desenvolvimento do Brasil, uma vez que as políticas públicas encontram muitos problemas em sua aplicação pelo governo federal, estadual, e municípios principalmente.

As desigualdades estão presentes no meio rural e urbano e se manifestam com a fome, pobreza, moradias em favelas, escolas precárias, hospitais deficitários, transporte insuficiente, desemprego e falta de capacitação profissional. Há, portanto, muitas oportunidades para o desenvolvimento de ações sociais pelas empresas, gerando uma série de tarefas compartilhadas com a comunidade (TAVARES, 2010).

As ações sociais das empresas se tornam importantes pois o crescimento e o desenvolvimento regional dependem muito de ações endógenas, aliadas às políticas públicas, e integradas pelas organizações, fortalecidas pelo grande potencial empresarial. O enfoque na sustentabilidade social no âmbito corporativo gera contribuições diretas e indiretas das empresas, podendo produzir impactos em toda comunidade e seu entorno (CARBONARI, PEREIRA, SILVA, 2011).

Dessa forma, é relevante motivar as empresas a atuarem aliadas às ONGs, entidades filantrópicas, membros de organizações sociais e políticas, promovendo o desenvolvimento. São, portanto, públicos os resultados de algumas ações sociais empresariais na consolidação do direito à cidadania. São vários os trabalhos realizados da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no auxílio à educação, desde apoio de creches modelos e projetos da criança e adolescente, no apoio à escola desde primário ao ensino médio, preparatório para universidades, em trabalhos de inclusão digital, públicos ou particulares. Percebe-se atuação da RSE no âmbito de recolocação e inclusão social na capacitação para o trabalho e formação profissional, na promoção da saúde com programas de prevenção a doenças e orientação ao público, apoio e orientação para desenvolvimento da agricultura familiar e formação de cooperativas e projetos de proteção ambiental (ASHLEY, 2005).

Nesse sentido, são veiculadas notícias publicadas, na mídia jornalística e também pelos órgãos controladores e formadores de opinião no mercado empresarial, relacionadas ao desenvolvimento regional como: Educação e treinamento, Qualidade de vida, Projetos sociais e Valor compartilhado, conforme é apresentado a seguir:

a) Educação e treinamento: A educação é condição para o desenvolvimento dos indivíduos

e sua formação com cidadãos. As ações sociais empresariais destacadas nesta pesquisa demonstram a utilização de meios como o esporte, o voluntariado, a capacitação de professores, a concessão de bolsas de estudo, para fortalecer e promover todo o ciclo do ensino desde o infantil até o superior. As ações das empresas também englobam ONGs por meio de projetos culturais.

É importante compartilhar o conhecimento das empresas com iniciativas de capacitação social. São relações intersubjetivas e comunicacionais que podem promover o desenvolvimento regional como processo construído de “baixo para cima” e “de dentro para fora” (SILVEIRA, 2008).

Dessa forma, destacam-se ações de treinamento dos fornecedores e da mão de obra com práticas de responsabilidade social, demonstrando preocupação com o bem-estar de toda cadeia, desde o fornecedor ao consumidor, criando-se valor para os “stakeholders” e todos os envolvidos. Foram destacadas atividades de desenvolvimento profissional com foco em igualdade de direitos, profissionalização de trabalhadores do universo feminino e fornecimento de cursos gratuitos para empregadas domésticas.

As ações de capacitação também abrangem o crescimento profissional aliado ao desenvolvimento social, por meio do desenvolvimento dos funcionários com universidades corporativas, oferecendo-se diversos cursos e biblioteca, programas de retenção de talentos, visando o desenvolvimento profissional e cultural da comunidade. Há também ação de desenvolvimento de cartilha do “empoderamento” de jovens e mulheres de baixa renda, trabalhando temas como autoestima e acesso ao mercado de trabalho.

b) Qualidade de vida: As ações promovidas sobre qualidade de vida destacadas na pesquisa estão relacionadas com a promoção de bem estar social do trabalhador, principalmente em seu ambiente de trabalho, como por exemplo concessão de benefícios às mães com licença maternidade estendida e para seus filhos pequenos, aos direitos igualitários dos homossexuais, e tratamento de doenças como o câncer para os mais carentes.

c) Projetos sociais: É por meio de projetos sociais que as empresas certificadas em RS possuem reconhecimento institucional e premiação pelos resultados obtidos.. Os resultados mostram que muitas destas empresas comprovam sua atuação por meio de relatórios de sustentabilidade periódicos oficiais. Existem ações que caracterizam as empresas como cidadãos, com compromisso solidário e ecológico, com campanhas sociais de apoio à população carente na execução de projetos de responsabilidade social. Nesse contexto, Silveira (2008) argumenta que o desenvolvimento regional revela um importante diferencial no aspecto que não se trata apenas de realizar um projeto, mas de se gerar uma matriz como um conjunto de ações contínuas envolvendo e mobilizando diferentes

atores sociais nos territórios ou regiões.

d) Valor compartilhado: É o valor que se distribui em toda cadeia composta de sujeitos e atores sociais, criando valor econômico na solução de questões sociais e gerando resultados para as empresas. De acordo com Silveira (2008), o desenvolvimento regional está fortemente ligado ao tema de governança participativa, valorizando intercâmbios entre o máximo de atores, ampliando a distribuição de poder e assim de valor.

A criação de valor compartilhado também teve destaque em ocorrências como fazendas e propriedades que abastecem a empresa motriz com matérias-primas como leite, carne, aves e ovos, cumprindo normas rigorosas de proteção dos animais. Outro registro foi o da plataforma mundial de responsabilidade social da empresa, que se fundamenta na premissa de que, para o sucesso dos negócios no longo prazo, tão importante quanto gerar valor para os acionistas é gerar valor para a sociedade.

A criação de valor compartilhado pôde ser encontrada também envolvendo valorização da água, desenvolvimento rural e nutrição, em um investimento acima de 1Bilhão (R\$) em responsabilidade social.

Outras ocorrências destacaram a promoção do perfil empreendedor e o alcance e abrangência e efeito multiplicador; a adaptação às estratégias sustentáveis como uma oportunidade; a publicação de balanços sociais através do GRI (Global Reporting Initiative), consolidando participação social como empresa cidadã; a promoção da mulher nos cargos operacionais e de importância da empresa; os desafios sociais que a empresa considera relevante, orientando seu Investimento social privado e visando deixar um legado positivo para as comunidades onde a empresa atua.

Considerações finais

As certificações de qualidade têm se mostrado como um importante instrumento para garantir às empresas a padronização e melhoria de seus processos, redução de desperdícios e custos, aumento da satisfação dos clientes internos e externos, e de sua longevidade a partir do incremento de sua competitividade nos mercados. Ressalta-se, ainda, que as empresas buscam melhores oportunidades de negócio quando apresentam também certificações de qualidade, que oficializam seu respeito à natureza com as certificações ambientais, e a sociedade com as certificações sociais, assumindo o papel de atores da promoção da sustentabilidade e da responsabilidade social.

A exploração de registros jornalísticos dos últimos 10 anos revelou 42 empresas com certificação social presentes em 17 cidades paulistas que passaram a ser reconhecidas por

compromissos muito mais em ações externas do que internas.

Os efeitos das Ações Sociais Internas ou do Sistema de Gestão Social destas empresas certificadas em RS demonstraram ser positivos, especialmente em razão do envolvimento de seus funcionários, provendo um ambiente motivador e seguro, pela consideração com o seu bem estar e de suas famílias, ou pela valorização dos benefícios diretos ou indiretos, fortalecendo o papel de cidadãos sociais e buscando promover o desenvolvimento humano e a qualidade de vida, influenciando uma visão de desenvolvimento regional mais ampla do que apenas o crescimento econômico.

Os efeitos das Ações Sociais Externas são percebidos em participações no meio social por meio de projetos e parcerias com instituições públicas, escolas e universidades, demonstrando a colaboração das empresas no desenvolvimento regional. Ações de proteção à saúde dos consumidores assim como o preparo de fornecedores contribuem no desenvolvimento tecnológico alicerçado em pilares dos sistemas da qualidade.

Constatou-se que boa parte das ações sociais internas e externas abordadas nesta pesquisa partem de iniciativas advindas muito mais da consciência dos atores sociais e de suas iniciativas de fácil execução e baixo custo, do que de grandes investimentos sociais, refletindo sobre os aspectos de visão global de cada empresário ou de cada stakeholder. Nesse sentido, ressalta-se que a mídia jornalística representa importante fonte de dados, mas com limitações. Dentre estas, verifica-se a possibilidade de interferências de outros interesses, que podem ocorrer no âmbito político e econômico destas mídias, muitas vezes consideradas de média transparência. Acrescenta-se, ainda, que o grau de detalhamento das notícias é bastante limitado, o que dificulta uma compreensão mais abrangente dos temas abordados. Outro ponto limitante foi o fato de que algumas empresas inicialmente encontradas foram excluídas devido à dificuldade de verificar se possuíam ou não certificação de RS. Ainda, é relevante salientar que não se pode compreender com clareza a real motivação das 42 empresas certificadas em RS destacadas neste trabalho, uma vez que buscam um diferencial comercial para seus clientes, já que sobrevivem por meio de seu ganho de capital.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. Responsabilidade Social e Meio Ambiente: os desafios da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. Conheça a ABNT. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/abnt/conheca-a-abnt>>. Acesso em: 02 de maio de 2015.

ASHLEY, P., A. Ética e responsabilidade social nos negócios. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BARDIN, I. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1994.

BUENO, W. C. Portal Imprensa. A confiabilidade dos jornais e outras histórias pouco críticas. 2008. Disponível em: <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/wilson+da+costa+bueno/273/a+confiabilidade+dos+jornais+e+outras+historias+pouco+criticas>>. Acesso em: 18/06/2015.

CARBONARI, M., E., E.; PEREIRA, A., C.; SILVA, G., Z. Sustentabilidade na prática: fundamentos, experiências e habilidades. Valinhos-SP: Anhanguera Publicações Ltda, 2011.

FRANCO, D., H.; RODRIGUES, E., A.; CAZELA, M., M. Tecnologias e Meios de Gestão. Campinas-SP: Ed. Alínea, 2001.

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia - Associação Brasileira de Normas Técnicas. A norma nacional - ABNT NBR 16001:2004. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/norma_nacional.asp>. Acesso em: 14/05/2015.

Instituto ETHOS. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/>>. Acesso em: 25/04/2015.

LEIPZIGER, D. SA8000: O Guia Definitivo para Norma Social. Tradução Nilza Freire. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

OLIVEIRA, O. J. Curso Básico de Gestão da Qualidade. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

PORTO, F. A imprensa escrita como fonte de pesquisa para a enfermagem. Revista Brasileira de Enfermagem, v.6, n.3, p.173-177, mai./jun. 2007.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/>>. Acesso em: 03/10/15.

SERPA, D., A., F.; FOURNEAU. Responsabilidade Social Corporativa: uma Investigação Sobre a Percepção do Consumidor. Rev. Adm Contemp, v. 11, n. 3, p. 83-103, jul./set. 2007.

SILVEIRA, C. Desenvolvimento local e novos arranjos sócios institucionais: algumas referenciam para a questão da governança. In: DOWBOR, L; POCHMANN, M (orgs.) Políticas

para o desenvolvimento local. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

TAVARES, M., C. Gestão Estratégica. Ed. Atlas, 2010.

VIALLI, A., Voluntariado se moderniza e vira estratégia empresarial - Gerente de projetos Claudia Calais. O Estado de São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,voluntariado-se-moderniza-e-vira-estrategia-empresarial,27920>>. Acesso em: 20/10/2015.