

**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE
ANA ELISA FOLETTTO DOTTO**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SEUS RETORNOS PARA A EMPRESA
ESTUDO DE CASO DA EMPRESA FOLETTTO ALIMENTOS**

**RECANTO MAESTRO
2014**

ANA ELISA FOLETTO DOTTO

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SEUS RETORNOS PARA A EMPRESA
ESTUDO DE CASO DA EMPRESA FOLETTO ALIMENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade Antonio Meneghetti-AMF.

Orientador: Profª Esp. Bruna Dallepiane

RECANTO MAESTRO
2014

ANA ELISA FOLETTO DOTTO

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SEUS RETORNOS PARA A EMPRESA
ESTUDO DE CASO DA EMPRESA FOLETTO ALIMENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade Antonio Meneghetti-AMF.

Orientador: Profª Esp. Bruna Dallepiane

COMISSÃO EXAMINADORA

Profª. Esp. Bruna Dallepiane
Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso
Faculdade Antonio Meneghetti

Prof. Ms. Josele Delazeri de Oliveira
Membro da Banca Examinadora
Faculdade Antonio Meneghetti

Prof. Ms. Luiz Henrique Dutra
Membro da Banca Examinadora
Faculdade Antonio Meneghetti

Recanto Maestro, 08 de dezembro de 2014.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a mim por ter escolhido a Antonio Meneghetti Faculdade como instituição de minha formação e pela minha persistência em dar forma a este estudo. Agradeço aos ensinamentos do grande mestre Acadêmico Professor Antonio Meneghetti, que me inspirou e me motivou a buscar a excelência de mim mesma em todos os aspectos da minha vida.

Ao grande apoio e incentivo dos meus pais e irmãos, Roberto, Maria Inês, Carlos e Juliano, que estiveram sempre comigo mesmo a quilômetros de distância, e a toda a minha família que me acolheu e me auxiliou em vários momentos desta minha caminhada, agradeço imensamente.

A minha tia Jussara Foletto, a qual com muito carinho abriu as portas da empresa Foletto Alimentos e oportunizou o desenvolvimento desta pesquisa. E, também, a minha orientadora, Bruna Dallepiane, por ter contribuído para a minha formação profissional, por ter tido paciência ao me auxiliar na construção deste trabalho e por todos os momentos em que me tranquilizou na hora do desespero.

Aos professores, e hoje amigos, que contribuíram para a minha formação como profissional e pessoa, e que me aconselharam com grandes ensinamentos de vida, vocês foram muito importantes na construção dessa estrada.

Aos amigos, Marco Antonio Jacobsen, Nathália Perin, Dilmar Pregardier Jr., Mariana C., Carol V., entre outros que com paciência me ajudaram, direta e indiretamente, na evolução e conclusão deste estudo. Muito obrigada a vocês que fizeram parte desta minha conquista!

“Se deres um peixe a um homem faminto, vais alimentá-lo por um dia. Se o ensinares a pescar, vais alimentá-lo por toda a vida.”
(Lao-Tsé)

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi identificar os motivos que levam uma empresa a investir em ações de responsabilidade social com atividades voltadas para a dança e os retornos obtidos a partir desse investimento. Para a consecução dos objetivos, a pesquisa de cunho quali-quantitativa foi estruturada através de um estudo de caso da empresa Foletto Alimentos. Inicialmente, foram delineados aspectos importantes para a compreensão do tema em questão, sendo conceituadas as relações existentes entre a responsabilidade social e a sustentabilidade da empresa e, também, o desenvolvimento da sociedade e a importância da dança como ação social na formação educacional. Através de questionários aplicados à gestora e aos colaboradores buscou-se coletar informações a respeito dos objetivos da gestão no investimento social e do conhecimento e engajamento dos colaboradores a respeito das ações de responsabilidade social desenvolvidas pela empresa. Os resultados obtidos demonstraram que os objetivos da Foletto Alimentos com o investimento social estão sendo atingidos e vistos, interna e externamente, de forma satisfatória. Como conclusão, buscando ampliar sua ação, o presente trabalho apresenta sugestões de aprimoramento no desenvolvimento das ações sociais realizadas pela empresa.

Palavras-chave: Responsabilidade social; Dança; Investimento Social; Retornos do Investimento Social.

ABSTRACT

The objective of this study was to identify the reasons that lead a company to invest in social responsibility actions with activities aimed at the dance and the returns obtained from that investment. To achieve the objectives, the qualitative and quantitative nature of research was structured through a case study of Foletto Food company. Initially, we outlined important aspects for understanding the issue at hand, being respected the relationship between social responsibility and sustainability of the company and also the development of society and the importance of dance as social action in educational training. Through questionnaires applied to the management and employees sought to collected information about the management objectives in social investment and knowledge and engagement of employees regarding social responsibility initiatives carried out by the company. The results showed that the objectives of Foletto Foods with social investment are being met and seen, internally and externally, in a satisfactory manner. In conclusion, seeking to expand its action, this paper presents suggestions for improvement in the development of social actions undertaken by the company.

Keywords: Social Responsibility; Dance; Social Investment; Returns of Social Investments.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Caracterização da amostra	36
Figura 2 - Nível de conhecimento dos projetos sociais	37
Figura 3 - Gráfico do nível de conhecimento por setor.....	38
Figura 4 - Gráfico do nível de importância dos projetos para os clientes	38
Figura 5 - Gráfico do nível de satisfação do corpo funcional	39
Figura 6 - Gráfico do grau de envolvimento com os projetos sociais	40
Figura 7 - Gráfico do grau de envolvimento por setor	40
Figura 8 - Gráfico da importância dos projetos sociais no trabalho diário	41
Figura 9 - Gráfico do sentimento em contribuir para o projeto social	42
Figura 10 - Gráfico dos impactos positivos gerados pelo projeto	43
Figura 11 - Gráfico do interesse em voluntariado	46
Figura 12 - Gráfico do nível de interesse em voluntariado por setor	46
Figura 13 - Gráfico da justificativa do interesse em voluntariado	47

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	10
1.2	OBJETIVOS	11
1.2.1	Objetivo Geral	11
1.2.2	Objetivos Específicos	11
1.3	JUSTIFICATIVA	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1	A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	13
2.2	FILANTROPIA ESTRATÉGICA COMO VANTAGEM COMPETITIVA	16
2.3	A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO HUMANA	18
2.3.1	Projetos Sociais e sua contribuição para o contexto	20
2.3.2	A dança como ação social para o desenvolvimento educacional	21
3	A EMPRESA FOLETTO ALIMENTOS E SEUS PROJETOS SOCIAIS	25
4	METODOLOGIA	28
4.1	CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA	28
4.2	PROCEDIMENTOS DA COLETA DE DADOS	28
4.3	PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS	29
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES	30
5.1	ANÁLISE DA ENTREVISTA COM A GESTORA	30
5.1.1	Visão da empresa quanto à responsabilidade social e a dança como atividade social	32
5.1.2	Retornos observados	33
5.1.3	Mensuração dos retornos	35
5.2	ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS AOS COLABORADORES	35
5.2.1	Caracterização da amostra da pesquisa com os colaboradores	36
5.2.2	Posicionamento em relação aos projetos sociais	36
5.2.3	Colaborador como parte do projeto	41
6	CONCLUSÕES	50
	REFERÊNCIAS	53
	APÊNDICES	55
	ANEXO	60

1 INTRODUÇÃO

Verificamos que, cada vez mais, o tema de responsabilidade social vem sendo discutido como uma forma de diminuir a grande desigualdade existente entre as classes sociais e fomentar um desenvolvimento pautado na formação de uma sociedade mais participativa capaz de defender seus direitos, cumprir seus deveres como cidadãos e adquirir o poder de escolha. A grande relevância do tema tornou forte a preocupação dos setores sociais em atender de forma justa a parcela da sociedade que carece desses direitos. Embora haja disparidades entre as maneiras em que são atuadas, as ações de cunho social buscam resguardar a dignidade de cada ser humano como cidadão, permitindo a sua inclusão como atuante na sociedade.

A responsabilidade social, atualmente, não é mais vista como apenas um campo de estudo. Desde os seus primeiros estudos, buscando entender a sua importância e as maneiras como deveriam ser atuadas, procurou-se um meio de engajar uma maior parte da sociedade capaz de atender a essa demanda puramente humana. Portanto, abriu-se espaço para implementação dessas práticas às atividades empresariais. Sendo, a empresa privada, o meio que carrega um dos pilares responsáveis pela sustentabilidade, além de atuar diretamente com o mercado consumidor, ela deve assegurar que suas atividades de cunho econômico estejam compatíveis com o desenvolvimento da sociedade, permitindo a preservação dos recursos culturais e a redução das desigualdades sociais sem comprometer as gerações futuras. Os investimentos em ações de responsabilidade social também são vistos como uma estratégia de vantagem para as empresas. A filantropia, portanto, visa o retorno destes investimentos por meio do alinhamento das suas metas sociais e econômicas, assim, essa estratégia permite benefícios tanto para a empresa quanto para a sociedade em que está inserida.

Em consideração a relevância dessas ações, a preocupação em dar maior atenção a essa causa levou ao surgimento das instituições voltadas para a elaboração, gestão e execução de projetos sociais. Esses projetos buscam, por meio de um conjunto de atividades, a transformação de uma parte da realidade, com o intuito de solucionar um problema que atenda as necessidades de grupos que carecem de recursos para solucioná-los. Com isso, as ações realizadas através

dessas instituições são direcionadas a intervir como meio de auxílio no desenvolvimento e formação de indivíduos socialmente excluídos.

Este trabalho busca estudar o caso da empresa Foletto Alimentos, na qual a responsabilidade social é analisada especificamente no viés educacional com atividades de dança que promove o desenvolvimento humano a partir da melhoria das condições de aprendizado e acesso às informações. A educação é, juntamente com os níveis de expectativa de vida e poder de compra, um dos índices que contribuem para elevar o indicador de desenvolvimento humano de um país. Sendo assim, levando em consideração as divergências na qualidade de ensino de educação básica do Brasil, a presença de projetos que surgem como alternativa para auxiliar na formação íntegra dos indivíduos é muito importante.

Frente ao exposto, este trabalho apresenta, através de uma pesquisa bibliográfica, o tema de responsabilidade social em conexão com a sustentabilidade da empresa, bem como, o conceito de projetos sociais, relatando os motivos de sua existência e a quem são destinados e, então, relaciona a responsabilidade social com o desenvolvimento da educação humana. Em seguida, procurou-se apontar os benefícios que um projeto social de dança gera na formação de um cidadão e, então, realizar um estudo aprofundado da empresa Foletto Alimentos e seus projetos sociais no município de Itaqui, Rio Grande do Sul.

Como pesquisa científica, este trabalho realizou um estudo de caso que, por meio da pesquisa aplicada diretamente na empresa através de questionários à gestora e aos colaboradores, busca analisar o objetivo da Foletto Alimentos com este investimento e os retornos obtidos pela mesma nas ações sociais voltadas para a dança, bem como, os impactos que essas ações são percebidas pelo corpo funcional da organização.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Considerando a preocupação que as empresas devem ter com a sociedade no que diz respeito ao desenvolvimento e inserção social a responsabilidade social é, então, vista como parte da estratégia empresarial que visa à sustentabilidade. De acordo com essas informações, procurou-se pesquisar a importância da realização de ações sociais demonstrando os impactos gerados na sociedade e como o investimento nessas ações retorna às empresas. Portanto, buscou-se verificar o

motivo pelo qual as empresas investem em responsabilidade social e analisar os impactos que esse investimento traz para a mesma.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho é apresentar a motivação do investimento empresarial em responsabilidade social e analisar de que modo se dá o retorno deste investimento para a empresa.

1.2.2 Objetivos Específicos

Como objetivos específicos, este trabalho busca:

- 1) Realizar uma revisão bibliográfica, a fim de coletar informações sobre o tema em questão e elaborar um referencial teórico;
- 2) Analisar o estudo de caso dos projetos sociais promovidos pela empresa Foletto Alimentos;
- 3) Analisar a visão dos colaboradores quanto à responsabilidade social da empresa;
- 4) Verificar os retornos obtidos pela empresa Foletto Alimentos através do investimento em projetos sociais;

1.3 JUSTIFICATIVA

Este é um trabalho sobre responsabilidade social, o qual busca mostrar a importância do investimento empresarial em ações que contribuem para o desenvolvimento da sociedade. O tema foi escolhido por procurar saber de que maneira as ações de cunho social voltadas para dentro impactam no dia-a-dia da empresa e como o investimento nesse setor pode gerar retornos para a mesma.

Este é um tema de suma importância, pois atualmente a responsabilidade social não é vista como apenas mais uma das atividades da empresa, ela ocupa um patamar estratégico no que diz respeito à sustentabilidade do negócio e do meio em que está inserida. A inovação está na forma em como a empresa se engaja com projetos que visam à preservação do meio ambiente e à melhoria da qualidade de vida

da sociedade. A empresa realmente preocupada com a sua responsabilidade social, não cumpre apenas as regras estabelecidas pela legislação, mas contribui efetivamente para a melhoria e desenvolvimento do seu entorno.

Portanto, a importância científica do presente trabalho justifica-se pela apresentação da avaliação dos resultados obtidos pela empresa no investimento em projetos sociais de dança, além de promover uma contribuição social por demonstrar como esses retornos impactam diretamente na empresa e como são vistos pela sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo busca apresentar a abordagem teórica de diversos autores a respeito do tema de responsabilidade social correlacionado com a sustentabilidade empresarial e o desenvolvimento da educação. Delineando o conceito de projetos sociais, o capítulo também aborda a dança como atividade de ação social que contribui com o desenvolvimento educacional.

2.1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A responsabilidade social diz respeito às estratégias de sustentabilidade das empresas no longo prazo, preocupando-se com os impactos sociais e ambientais que suas atividades podem causar e objetivando contribuir com a melhoria da qualidade de vida da comunidade em que estão inseridas. Para Camargo et. al. (2001), a responsabilidade social torna-se concreta através de atitudes, comportamentos e práticas positivas que levam a realização do bem comum, para isso, é preciso diminuir a distância entre as empresas e a comunidade através de ações que atendam às suas necessidades. Segundo Meneghetti (2010, p. 416) “ser responsável, portanto, não é uma escolha, mas um fato ineliminável a partir do momento em que se existe onde um evento intervém”. Ou seja, a responsabilidade é dever, nesse caso, do indivíduo em responder pelos próprios atos na situação em que existir. Quanto à empresa pode-se dizer que é seu dever responsabilizar-se pelas ações realizadas no contexto em que atua, seja pela preocupação com o meio ambiente, seja pela iniciativa de desenvolvimento da sociedade circundante.

As ações das empresas no setor social oferecem retornos por meio dos fatores que agregam valor, reduzem custos e aumentam a competitividade. Como complemento desses fatores, Camargo et. al. aponta:

Melhora da imagem corporativa; criação de ambientes endógenos e exógenos mais favoráveis; redução do absenteísmo e elevação da autoestima dos empregados; estímulos para a melhora dos processos de produção; incremento da demanda de produtos, serviços e marcas; ganho de participação no mercado; redução das instabilidades política, social e institucional local (CAMARGO, M. F. et. al., 2001, p. 94).

Atualmente, o valor ético de uma empresa torna-se muito mais importante do que somente a fabricação de um produto de qualidade. Sendo assim, o investimento

social traz, em sua essência, vantagens que contribuem para a valorização da empresa como a atribuição de valor à sua imagem, tornando-a positiva perante os funcionários, consumidores, colaboradores, clientes, investidores, concorrentes, governos e comunidades em geral. Portanto, a responsabilidade social nas empresas implica em questão de estratégia financeira e sobrevivência empresarial. Com isso, conclui que a empresa que cumpre o papel social tem maior credibilidade e visibilidade sendo capaz de atrair mais consumidores e, possivelmente, mais investidores e acionistas.

Para Dias (2010), a Confederação Nacional da Indústria considera que um dos princípios básicos que uma indústria deve ter para permitir o seu desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social, diz respeito à grande importância do reconhecimento de que “a educação, a erradicação da pobreza, a promoção da saúde e a eliminação da exclusão social são fundamentais” (apud CNI, 2002, p. 28).

Por sustentabilidade, a Comissão Brundtland (apud LASZLO, 2003, p. 41) define como sendo “a capacidade de cumprir as necessidades econômicas, ambientais e sociais, atuais e globais, sem comprometer a oportunidade das futuras gerações enfrentarem as suas. ”. Considerando a definição do termo, Dias (2010) destaca as três dimensões do desenvolvimento sustentável das organizações: econômica, ambiental e social, defendendo que o mais importante na sua abordagem é o equilíbrio dinâmico e permanente entre eles que deve existir e que deve ser considerado pelas organizações atuantes em cada um desses setores: organizações empresariais (econômica), sindicatos (sociais) e entidades ambientalistas (ambiental).

De acordo com o autor, em termos sociais, a empresa, em nome dos seus dirigentes, deve atentar e participar ativamente de atividades socioculturais que envolvem a comunidade local em que atua. Paralelo a esse pensamento, Rodrigues (2005), defende que as ações dos gerentes das empresas devem nortear-se pelos valores humanos essenciais, isto é, valores que devem ser o ponto de partida das empresas para avaliar os padrões de conduta ética interna e externa. Esses valores são “respeito pela dignidade humana, respeito pelos direitos básicos e boa cidadania”. Paralelo a isso, o Art. 1^a da República Federativa do Brasil¹ tem como um dos seus

¹ Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

I - a soberania;

II - a cidadania;

III - a dignidade da pessoa humana;

princípios: “III – a dignidade da pessoa humana”, sendo assim, pode-se dizer que a empresa exerce socialmente o seu papel e cumpre seu dever como empresa do setor privado e, além disso, se beneficia com o abatimento do imposto de renda por contribuir com os objetivos regidos pelo Art. 3º da Constituição Federal de 1988, no qual constituem:

I – construir uma sociedade livre, justa e solidária; II – garantir o desenvolvimento nacional; III – erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais; IV – promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação. (Art. 3º CF/88).

Portanto, Rodrigues et. al. afirma que o primeiro passo para desenvolver a conduta ética da empresa é traduzir em valores empresariais básicos, os valores humanos essenciais. Levando-se em conta o respeito à dignidade humana, o autor coloca que:

As empresas podem respeitar os direitos básicos ao agirem de maneira a apoiar e proteger os direitos individuais dos empregados, dos clientes e das comunidades circundantes e ao evitarem relacionamentos que violem os direitos humanos a saúde, educação segurança e padrão de vida adequado (RODRIGUES et. al. 2005, p. 31).

Ou seja, ao criarem e sustentarem uma cultura organizacional baseada na ideia de que os seus funcionários, clientes e fornecedores tenham seus valores intrínsecos reconhecidos, as empresas podem respeitar a dignidade humana.

Na questão da boa cidadania da empresa, o autor acrescenta que, ao promoverem as instituições sociais fundamentais representadas pelo sistema econômico e sistema educacional, e ao trabalharem juntamente com governos e outras organizações que protegem o meio ambiente, as empresas podem ser intituladas de boas cidadãs. Como grande desafio do Brasil, as empresas se deparam com o consenso da sociedade em conquistar a igualdade no acesso de qualidade aos serviços públicos e, também, igualdade na distribuição da renda. Isso permite que as empresas atentem, através das suas atividades, à questão da integração social. Sendo assim, “o conceito de responsabilidade social vem sendo apresentado como

IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
V - o pluralismo político.

uma questão estratégica para a sobrevivência em longo prazo” (ASHLEY et al. 2005, p. 18).

2.2 FILANTROPIA ESTRATÉGICA COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Atualmente, a filantropia é bastante utilizada como ferramenta de publicidade por parte das empresas, para promover sua imagem ou marca através de marketing social ou patrocínios que permitam sua maior visibilidade. Essas campanhas, além de visarem à promoção da imagem da empresa e a moral dos funcionários, visam o impacto social. De acordo com essa abordagem a respeito da filantropia, para o economista Milton Friedman (2013) a empresa é um instrumento dos acionistas e a adoração feita por ela pode impedir a decisão dos acionistas a respeito de como desejam empregar seus fundos. Ou seja, para ele a responsabilidade social de uma empresa é o aumento do seu lucro. Com isso, na maioria dos casos, a filantropia é tida como uma maneira de cunhar uma imagem positiva da empresa por vincular a sua identidade à admiração de uma causa social. Nesse caso, a filantropia é conceituada como marketing social, voltando-se mais para a publicidade do que para o impacto social.

Porém, existe uma abordagem vantajosa, do ponto de vista estratégico, que trata a iniciativa filantrópica como um meio de melhoramento do seu contexto competitivo. Para Porter (1992), a vantagem competitiva deve ser observada através das diversas atividades que compõem a empresa, ou seja, nesse caso a empresa não é vista como um todo, sendo essas atividades executadas no projeto, na produção, no marketing, na entrega e no suporte do produto. Com isso, a organização alinha as metas sociais e econômicas com o objetivo de melhorar a perspectiva comercial no longo prazo. Além disso, permite que a empresa contribua, também, com o aprimoramento das suas potencialidades e, conseqüentemente, com o aumento dos relacionamentos no apoio às causas filantrópicas. Para Michel e Mark (2005), os benefícios sociais que são gerados pelas ações de filantropia, são muito superiores que os gerados por instituições não-governamentais, por doações de pessoa física ou até mesmo pelos governos. A filantropia verdadeiramente estratégica investe nas áreas do contexto competitivo que beneficiam tanto a empresa quanto a sociedade, através da distinção das metas sociais e econômicas da organização.

Michel e Mark (2005) defendem que algumas empresas adotam o foco da filantropia no contexto que visa à produção de ganhos sociais e econômicos. Para isso, as empresas devem reavaliar onde focar e como exercer a sua filantropia. A empresa opera sempre em conjunto com a sociedade que a cerca, ou seja, a capacidade de competição das empresas depende das circunstâncias do local onde atua. É, portanto, necessário que as empresas criem esse vínculo entre metas sociais e econômicas a fim de propiciar a geração de ambientes mais produtivos para os processos da empresa e, conseqüentemente, novos mercados para o seu produto. Ao atuar de maneira a integrar suas atividades de produção com a melhoria da qualidade de vida da comunidade, a empresa atende tanto os seus interesses filantrópicos quanto os interesses dos acionistas. Dessa maneira, a filantropia torna-se estrategicamente uma vantagem competitiva (Figura 1).

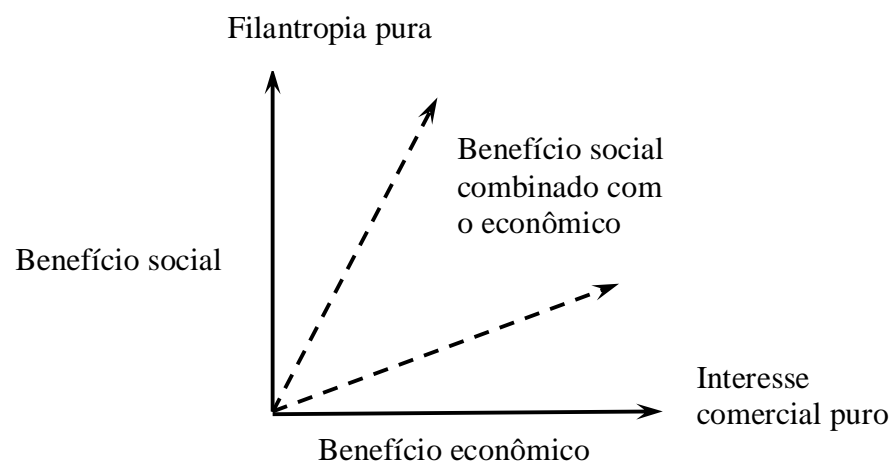


Figura 1: Uma convergência de interesses
 Fonte: PORTER; KRAMER (apud RODRIGUES, M. V. R., 2005, p. 141)

Segundo essa dinâmica, para Ashley et. al. (2005) pode-se dizer que a empresa garante ganhos internos e externos, obtendo benefícios que reforçam a visibilidade da marca, aumentam a demanda e a valorização de suas ações, reduzem o custo de capital, permitem que seja preferêcia dos investidores, atraem consumidores ao se apresentarem como empresas socialmente responsáveis, contribuem para o fortalecimento interno e sustentabilidade do negócio. Além disso, esses benefícios podem consolidar e sustentar o valor das empresas como forma de vantagem competitiva, a qual é representada por maior retorno, maior valor e maior produtividade. Sendo assim, a empresa acredita que a responsabilidade social seja uma nova estratégia no que diz respeito ao aumento da sua lucratividade e a

potencialização do seu desenvolvimento. Portanto, segundo a autora, atualmente o mercado global exige que as empresas tenham um comportamento ético e transparente com foco nos aspectos sociais e ambientais visando um desenvolvimento econômico sustentável.

2.3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO HUMANA

Para Ashley et. al. (2005), um dos objetivos da empresa ao ser socialmente responsável, implica na execução de ações que visem à diminuição ou eliminação dos problemas sociais nas questões de saúde e educação. Assim, pode-se dizer que o mercado também ganha com os benefícios proporcionados pelas ações de responsabilidade social das empresas, os quais permitem que a sociedade conquiste o maior acesso às informações. Portanto, afirma-se que essas empresas são vistas de forma diferenciada por desempenharem um papel social relevante na comunidade e na sociedade como um todo através da consolidação de programas de desenvolvimento social. Segundo a ONU, o desenvolvimento humano se constitui por três indicadores: a educação, a expectativa de vida e o poder de compra. Com isso, pode-se dizer que é possível o aumento qualitativo de desenvolvimento humano de um país com a melhoria desses índices.

Woolcock e Marió (apud SCHWARTZMAN; REIS, 2005) defendem que a expectativa de vida da população é determinada por fatores que interferem direta e indiretamente nas condições de saúde dos indivíduos. A renda, um dos fatores, contribui em proporcionar condições adequadas de nutrição; as condições de saneamento e as condições de segurança também são fatores que podem afetar habitantes de grandes centros urbanos. Portanto, a expectativa de vida de uma população está ligada diretamente aos fatores de saúde, situação socioeconômica, criminalidade, e educação.

A educação é uma palavra de forte significado, sendo ela a utilização de meios que assegurem a formação e o desenvolvimento do ser humano. Segundo Morin (2006, p. 11), “a educação pode ajudar a nos tornarmos melhores, se não mais felizes, e nos ensinar a assumir a parte prosaica e viver a parte poética de nossas vidas. ”. Para Vidor:

Quando se considera o aluno como pessoa dotada de forças intrínsecas tendentes a atualizar-se, capaz de adquirir uma aprendizagem autêntica por própria conta, aos mestres não compete dirigir, mas confiar na capacidade do aluno, oferecendo-lhe meios e condições para que cresça e amadureça (VIDOR, 1974, p. 130).

Sendo assim, a preocupação é de realçar os valores do indivíduo e, então, proporcionar condições para que se torne autônomo e capaz de realizar escolhas responsáveis e pessoais. Portanto, para Rogers (1970, p. 270) é importante que o indivíduo torne-se um “processo de devir, um processo de aquisição de valor e de dignidade pelo desenvolvimento de suas potencialidades.”. A aprendizagem autêntica não se restringe somente às atividades básicas de aprendizado, como saber ler, escrever e contar, pois Rogers afirma que:

[...] é um conhecimento penetrante que não se limita a uma simples acumulação de saber, mas que se infiltra em cada parte da própria existência. É uma aprendizagem que provoca uma mudança no comportamento do indivíduo, na série das ações que ele escolhe para o futuro, nas suas atitudes e na sua personalidade (ROGERS, 1970, p. 268).

Na realidade, “a educação deve promover a ‘inteligência geral’ apta a referir-se ao complexo, ao contexto, de modo multidimensional e dentro da concepção global” (MORIN, 2006, p. 39) Como unidades complexas, Morin (2006, p. 38) afirma que tanto o ser humano quanto a sociedade são multidimensionais, “dessa forma, o ser humano é ao mesmo tempo biológico, psíquico social, afetivo e racional. A sociedade comporta dimensões histórica, econômica, sociológica, religiosa...”. Sendo assim, a educação deve permitir o desenvolvimento da aptidão natural da mente, estimulando a utilização completa da inteligência geral como meio para formular e resolver problemas essenciais. Meneghetti (2014, p. 166) afirma que “uma sociedade é salvaguardada na medida em que o homem é verdadeiro a si mesmo, portanto, qualquer cultura, educação, socialização, deve ser feita sempre na medida do homem”. Portanto, para o autor, a educação deve ser proposta como regra de vantagem à criança, isto é, um meio válido para a constituição de si mesmo como pessoa no aqui e agora.

Segundo Woolcock e Marió (apud SCHWARTZMAN; REIS, 2005), os sociólogos identificam a oposição de duas funções sociais na educação, as quais a representam como um canal de acessão e mobilidade social e um mecanismo que reproduz e consolida as desigualdades sociais. Os autores defendem que a diferença está no grau de expansão das oportunidades de trabalho que são geradas. Ou seja,

dependendo dessa expansão, adota-se uma funcionalidade à educação. Sendo assim, quando há expansão de oportunidades, a educação permite a mobilidade no que diz respeito, também, a competição meritocrática. Quando não há expansão, a educação é tida como seleção e recrutamento segundo a correlação existente entre o desempenho escolar e o nível socioeconômico dos indivíduos. Como última possibilidade, tem-se a expansão da educação como causa de expansão de oportunidades de trabalho através da geração de competências. A partir dessa ideia, podemos considerar a importância da meritocracia para o sucesso de um projeto social, pois cada vez que ensinamos as crianças a terem um bom resultado ou alcançarem um objetivo por méritos próprios, além de estimular a sua inteligência e capacidades, estamos mostrando que ela tem autonomia de ação. Sendo assim, as suas conquistas passam a ser frutos da sua ação e não de gratificações sociais.

2.3.1 Projetos Sociais e sua contribuição para o contexto

Segundo a CEPAL² (1997), um projeto social é uma unidade de alocação de recursos que, através das suas atividades, busca modificar uma parte da realidade com a finalidade de reduzir ou eliminar um déficit ou solucionar um problema. Para a Comissão, um projeto social possui uma população-objetivo, localizada em um determinado espaço, com necessidade de receber seus benefícios. Sendo assim, tem o objetivo de suprir as necessidades daquela população que não possui recursos para solucionar um dado problema. Portanto, um projeto de caráter social nasce da necessidade de melhorar a qualidade de vida e, conseqüentemente, proporcionar o bem comum àqueles que, por exclusão social, não têm acesso.

Os projetos sociais são, em geral, estabelecidos a partir das iniciativas do setor responsável por atender a essas demandas sociais. Segundo Camargo et. al., (2001, p. 15) “pode-se considerar o Terceiro Setor comum um “meio-termo” do ambiente político-econômico, intermediando as relações entre o Estado e o mercado no que tange às questões da melhoria social”. Para a autora, ser Terceiro Setor vai além da assistência aos menores carentes, com a distribuição dos produtos que suprem suas necessidades básicas, ser Terceiro Setor é ter o compromisso como agente

² A CEPAL (Comissão Econômica para América Latina e Caribe) é uma das cinco comissões econômicas regionais das Nações Unidas (ONU). Foi criada para monitorar as políticas direcionadas à promoção do desenvolvimento econômico da região latino-americana, assessorar as ações encaminhadas para sua promoção e contribuir para reforçar as relações econômicas dos países da área, tanto entre si como com as demais nações do mundo.

transformador social que, através de ações que promovem o benefício coletivo, pode forjar uma consciência capaz de reverter os indicadores sociais contraditórios à grandeza econômica e à vasta diversidade de recursos naturais do país. Sendo assim, o Terceiro Setor, com atuação através de projetos sociais, busca capacitar o indivíduo de recursos que permitam sua participação ativa diante das desigualdades.

Para o Instituto Ethos³, a base para favorecer o desenvolvimento de ações que possibilitem as trocas e o envolvimento entre a iniciativa privada, o governo e a sociedade civil na busca por resultados e possíveis evoluções, é a concepção de uma cultura de sustentabilidade, pautada nos valores éticos, humanistas e democráticos e guiada pela visão de bem-estar, qualidade de vida e progresso.

Diante disso, um projeto social tem como finalidade promover ações que, ao longo do tempo, gerem resultados. Portanto, espera-se que haja um impacto como consequência do desenvolvimento de ações voltadas para a melhoria das condições de vida dos beneficiados por esses projetos. O impacto, portanto, é definido como "o resultado total final, levando-se em consideração os efeitos diretos e indiretos onde se consideram os efeitos de difusão e a imitação que produzem mudanças na comunidade como um todo" (CASLEY; LURY, 1982).

Segundo Marino, (2003), a aprendizagem no contexto, ou em outros sistemas sociais, só é possível quando há um processo de contínua reflexão, a qual provoca mudanças nas ações dos indivíduos. Sendo assim, defende que o papel da avaliação de um projeto social é a construção de momentos reflexivos que permitam aos indivíduos a análise da realidade e dos fatos para, então, orientarem suas ações, caracterizadas como uma aprendizagem por experiência. A partir disso, decorre o processo de tomada de decisões, permitindo a criação de um ambiente de aprendizagem contínua. Portanto, "a avaliação que ocorre como um processo integrado e contínuo na vida do projeto, esta, sim, sempre apresenta efeitos; incorporada como um valor pelas pessoas resulta em aprendizagem" (MARINO, 2003, p. 18).

2.3.2 A dança como ação social para o desenvolvimento educacional

A psicocinética é uma teoria geral do movimento que conduz o indivíduo aos seus princípios metodológicos permitindo a sua utilização como meio de formação. Le

³ Organização da Sociedade Civil de Interesse Público com o objetivo de auxiliar a gestão das empresas de forma socialmente responsável.

Boulch (1983) constatou que com a rápida evolução das ciências e com o progresso da medicina psicossomática, a educação total de um ser humano passaria pelo interesse do conhecimento e desenvolvimento do seu comportamento motor. Isto é, a psicocinética busca auxiliar o ser humano, mais especificamente a criança (com menos de doze anos), a construir uma vertente central da própria personalidade, através do corpo, seguindo o seu desenvolvimento psicomotor. “A primeira coisa que um professor precisa fazer é dar um corpo ao aluno. [...] Para acordar esse corpo é preciso desestruturar, fazer com que a pessoa sinta e descubra a existência desse corpo” (VIANNA, 1990, p. 62). Isto é, deve-se dar espaço, entrar em contato com um novo ritmo do corpo para que o indivíduo possa descobrir o desconhecido e perceber o novo.

No fundo, é uma mudança de ritmo: se vou todos os dias pelo mesmo caminho, não olho para mais nada, não presto atenção em mim ou no ambiente. Mas se penetro numa rua desconhecida, começo a perceber as janelas, os buracos no chão, despertando para as pessoas que passam, os odores, os sons. Se o corpo não estiver acordado, é impossível aprender seja o que for (VIANNA, 1990, p. 63)

Para Meneghetti (2005), o modo de autopercepção como corpo pode ser definido como um critério de valor como impulso de inteligência e tomada de realidade para o sujeito. Ou seja, na medida em que se conhece o próprio corpo, pode evoluir conscientemente o potencial de inteligência inato. Assim, para o autor, somente quando um corpo move-se de maneira circular, desenvolvendo-se com clareza contínua de pensamento, se possui a capacidade de inteligência de ação.

Dentre os princípios fundamentais da psicocinética, Le Boulch (1983) defende que essa teoria está diretamente ligada a uma filosofia da educação e afirma que “toda a educação supõe uma certa opção quanto à finalidade da ação educativa”, portanto, o objetivo da educação é o de criar condições para o desenvolvimento humano permitindo que o indivíduo situe-se e aja no mundo, e nas suas condições de transformação, através do “melhor conhecimento e aceitação de si, do melhor ajustamento da conduta e da verdadeira autonomia e acesso à responsabilidade no âmbito social” (LE BOULCH, 1983, p. 17). Com isso, pode-se dizer que a educação pelo movimento busca atingir o indivíduo por completo, no qual o ato motor está diretamente ligado à conduta de toda a personalidade. Segundo Meneghetti (2011), a conscientização progressiva do próprio potencial se dá na medida em que se conhece

o próprio corpo. Ou seja, tendo o conhecimento do próprio corpo, o indivíduo evolui e desenvolve o potencial de percepção pelo contexto psicobiológico e espiritual de maneira consciente.

A educação através do movimento conduz à possibilidade de uma aprendizagem de extrema importância no que diz respeito à inserção social do futuro adulto. Le Boulch (1983) defende que no plano profissional, a importância se dá pelo fato de existirem problemas de adaptação de mão de obra evidenciados pela carência de formação física de jovens. Isto é, as ações que trabalham com a motricidade podem propiciar, aos jovens aprendizes, a capacidade de aprender os gestos de sua profissão.

Rogers (1970, p. 65) afirma que “a educação é uma aprendizagem para a qual concorrem as capacidades intelectuais, o caráter e a personalidade”. Sendo assim, através da dança, podem-se criar condições de auxílio aos indivíduos para que eles “descubram suas potencialidades físicas e intelectuais, proporcionando-lhes vivências práticas, equilíbrio, autoconhecimento e autoconfiança, tão necessários a uma relação sadia com os diversos âmbitos da vida” (VARGAS, 2007, p. 49).

Para Morin (2006, p. 65), “a educação deve contribuir para a autoformação da pessoa (ensinar a assumir a condição humana, ensinar a viver) e ensinar como se tornar cidadão.”. Partindo desse pressuposto, e levando em consideração o fato de que um cidadão, além de sua definição de ser solidário e responsável em relação a sua pátria, tem o dever de respeitar os direitos sociais dos outros, pode-se fazer um paralelo entre a contribuição da educação para a formação do cidadão e alguns dos benefícios que a dança oferece para que haja uma coerência das ações com os deveres desse cidadão. Portanto, segundo Brikman (apud VARGAS, 2007, p. 47) “o contato com [...] os sons, a música, o movimento, a dança [...] são elementos que nutrem as vivências e a conduta social. ”.

Complementar a essa relação de indivíduo (ou cidadão) e sociedade, Morin (2004) defende que há uma relação triádica: indivíduos, sociedade e espécie. Portanto, para ele: “é a cultura e a sociedade que garantem a realização dos indivíduos, e são as interações entre indivíduos que permitem a perpetuação da cultura e a auto-organização da sociedade” (2004, p. 54). Com isso, é possível perceber que qualquer desenvolvimento humano significa, também, o desenvolvimento do conjunto das individualidades. Sendo assim, Meneghetti (2014) afirma que para a formação do homem cidadão, é preciso conhecê-lo como um

indivíduo intrínseco ao social, ou seja, ninguém se faz sozinho, sendo a sociedade o critério de valor que discrimina o indivíduo histórico. Portanto, Giffoni (apud VARGAS, 2007, p. 53) afirma que “a dança, entre todas as formas de exercício, apresenta-se como a mais completa e das que, mais acentuadamente, concorrem para o desenvolvimento integral do ser humano.”.

3 A EMPRESA FOLETTO ALIMENTOS E SEUS PROJETOS SOCIAIS

A empresa Foletto Alimentos é fruto dos mais de 50 anos de experiência de trabalho da Família Foletto no plantio e cultivo de arroz. Foi fundada em outubro de 2007 a partir da expansão da principal atividade familiar e, atualmente, tem sua sede na cidade de Itaqui, localizada na região da fronteira Oeste do estado do Rio Grande do Sul. A cidade tem sua principal atividade econômica baseada na agricultura, onde também estão localizadas outras empresas beneficiadoras de arroz, como Camil, Josepar, Raroz e Pitangueira que compõem um grande polo industrial do cereal. A Foletto Alimentos atua com a comercialização do grão através de seus representantes comerciais nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Paraná, Maranhão e Espírito Santo.

A empresa conta com um quadro de trinta colaboradores diretos divididos nos setores de empacotamento, manutenção, engenho, qualidade, produção, recursos humanos, comercial, financeiro, transporte e logística e recepção, os quais realizam suas atividades permeando os valores da empresa: Amor aos produtos; Transparência; Qualidade; Atendimento com excelência; Lealdade; Fidelidade aos compromissos assumidos; Rentabilidade; Respeito ao meio ambiente e Sustentabilidade.

Em 2011 a empresa iniciou suas atividades de investimento a projetos sociais, apoiando escolas, orquestras e outras entidades que promovem ações de cunho social, sendo algumas através da Lei de Incentivo à Cultura⁴ do Rio Grande do Sul, uma vez que a mesma pode deduzir do seu ICMS o valor investido em cultura. Por notar uma lacuna existente no desenvolvimento cultural dos cidadãos de Itaqui - por conta da atividade econômica voltada basicamente para a agricultura - a empresa buscou contribuir com projetos de cunho social que visassem melhorar a qualidade de vida intelectual e cultural das famílias. Portanto, com o projeto de inclusão social e cultural através de atividades de dança, a Foletto Alimentos procura mudar a mentalidade dos jovens da cidade com o objetivo de elevar seu nível cultural e contribuir para a mudança do status-quo dos mesmos. Portanto, esse

⁴ LIC/RS é a lei que integra o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais e constitui-se em mecanismo de incentivo fiscal que permite empresas deduzir do ICMS devido ao Estado o valor investido em cultura. Todo investimento via LIC deve destinar percentual sobre o valor patrocinado para o FAC – Fundo de Apoio à Cultura do RS.

projeto é o objeto estudado pela pesquisa e, também, foi o motivo que levou à escolha da empresa pela pesquisadora.

A falta de conhecimento e visão crítica sobre os valores da cultura local pelos seus colaboradores foram os principais motivos que levaram a empresa Foletto Alimentos a investir em ações que pudessem promover o resgate da cultura fronteiriça presente em Itaqui, a qual é uma das cidades que compõe a região de fronteira entre Brasil, Uruguai e Argentina. Diante dessa problemática observada, a empresa realizou um encontro de músicos, historiadores, compositores, dançarinos e artistas locais que repassaram a todos os colaboradores do Grupo Foletto os valores culturais da sua região. A partir dessa iniciativa, com o intuito de disseminar os resultados obtidos pelo encontro realizado e abranger toda a população da cidade de Itaqui, a empresa deu início ao seu projeto nas comunidades de baixa renda. Contudo, a realidade vivida pela maior parte dos habitantes dessas comunidades foi percebida pelos sócios da empresa Foletto Alimentos como sendo preocupante no viés de desenvolvimento social e cultural. Ou seja, os valores culturais locais foram abandonados e substituídos pelos valores culturais apresentados através da mídia nacional. Esta, portanto, foi a segunda problemática encontrada na cultura da população de Itaqui, a qual refletiu na impactante realidade vivida pelas comunidades de baixa renda.

Diante desse panorama, o projeto de inclusão social e cultural nasceu da necessidade, dos sócios da empresa Foletto Alimentos, de auxiliar na formação e desenvolvimento de pessoas por meio do resgate da cultura nativa através de atividades de dança, as quais poderiam de alguma forma mudar a visão e o rumo da atual realidade existente. O projeto é, portanto, uma parceria da empresa Foletto Alimentos com a Associação Atlética Banco do Brasil (AABB) de Itaqui/RS e conta com 60 crianças e adolescentes de faixa etária entre 07 e 17 anos. Suas atividades acontecem nas dependências da AABB e ocorrem 04 vezes por semana no turno inverso escolar. As crianças e adolescentes são do bairro José da Luz e realizam as atividades do projeto por intermédio de dois profissionais de dança contratados pela empresa Foletto Alimentos. Os professores têm suas formações em ballet clássico, danças folclóricas, gaúchas e danças de salão e ministram aulas de danças brasileiras, folclore gaúcho, danças de salão e ballet clássico.

A parceria com a Associação Atlética do Banco do Brasil foi uma das alternativas encontradas pela empresa Foletto Alimentos de poder, através da dança, estimular e ampliar a capacidade de encontrar caminhos para as realizações

pessoais, profissionais e intelectuais dos cidadãos, principalmente, das crianças residentes na cidade onde se localiza a sede da empresa e, portanto, onde há sua atuação direta.

4 METODOLOGIA

Considerando os objetivos e o problema estabelecido, a metodologia deste trabalho é caracterizada como um estudo de caso, por ter sido elaborada a partir dos dados de uma única empresa, a Foletto Alimentos. Para Gil (2010, p. 58), o estudo de caso é definido como: “o estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos para permitir um amplo e detalhado conhecimento”. O estudo foi realizado através de pesquisa aplicada que, segundo Almeida (2011), por meio dos conhecimentos adquiridos na pesquisa bibliográfica, surge pela necessidade de resolver problemas concretos. Neste caso, é estudado como problema de pesquisa, o retorno do investimento da empresa em ações sociais.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA

Este trabalho foi realizado na sede da empresa Foletto Alimentos em Itaqui, Rio Grande do Sul, e apresenta como sujeitos da pesquisa, a proprietária da empresa, denominada J.F., e os seus colaboradores, denominados como Cx, onde o x representa a numeração de 1 a 20, de acordo com a referência feita nos questionários para identificação dos mesmos.

A pesquisa teve como amostra 20 colaboradores do turno diurno, do total de 30 colaboradores da empresa, dos setores de Recursos Humanos, Comercial, Financeiro, Transporte e Logística, Recepção, Qualidade, Produção, Engenho, Empacotamento, Carregamento e Manutenção.

4.2 PROCEDIMENTOS DA COLETA DE DADOS

O procedimento de coleta dos dados caracteriza a pesquisa como sendo de natureza qualitativa e quantitativa. A abordagem qualitativa, segundo Godoy (1995), tem o ambiente como fonte direta de informações e o pesquisador é o instrumento fundamental. Enquanto que a abordagem quantitativa, segundo Almeida (2011), é caracterizada por utilizar ferramentas estatísticas no tratamento dos dados obtidos.

Neste trabalho, portanto, a coleta de informações da empresa foi realizada em duas etapas através de questionários, com questões abertas e fechadas, sendo

algumas delas baseadas nos Indicadores do Instituto Ethos⁵ e formuladas pela autora.

No primeiro momento, a pesquisa foi realizada através de entrevista aplicada em forma de questionário à gestora da empresa (Apêndice 1), o qual foi elaborado com questões de temáticas intercaladas a fim de não gerar respostas tendenciosas, e, no segundo momento, foram aplicados questionários de questões mistas aos colaboradores (Apêndice 2). Após a aplicação do questionário os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo 1), aprovado pelo Comitê de Ética da Antonio Meneghetti Faculdade.

4.3 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta das informações, foi desenvolvida a análise dos dados obtidos, caracterizando a pesquisa, quanto aos seus objetivos, como descritiva e explicativa. Descritiva porque, segundo Gil (2010), expõe as características da organização na visão dos pesquisadores e das pessoas que a compõe. E explicativa porque busca relatar os fatores que geraram os efeitos das ações do objeto pesquisado.

O questionário aplicado aos colaboradores foi dividido em cinco questões fechadas com três opções de respostas, as quais são variadas conforme as perguntas. Os resultados foram tabulados e, a partir deles, foram gerados gráficos e tabelas. As questões abertas foram agrupadas de acordo com os termos que mais se repetiram nas respostas e, a partir deles, também foram estruturados gráficos e tabelas.

A entrevista-questionário aplicada à gestora da empresa foi dividida em doze questões fechadas e sete questões abertas. As respostas obtidas foram analisadas qualitativamente, a fim de que fosse conhecida e explorada a visão da empresa quanto ao seu investimento em projetos sociais.

Ao final, os resultados das duas pesquisas foram alinhados a partir das visões obtidas com o objetivo de correlacionar as ideias da gestora e de seus colaboradores quanto ao tema de responsabilidade social da empresa.

⁵ Os Indicadores Ethos são uma ferramenta de gestão que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) em suas estratégias de negócio, de modo que esse venha a ser sustentável e responsável.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estudo de caso foi realizado com a empresa Foletto Alimentos, atuante no ramo alimentício, que tem como um de seus valores a preocupação com os três pilares da sustentabilidade: econômico, social e ambiental. Reconhecendo a importância de cada um deles, buscou-se ressaltar, especificamente, o pilar social através dos retornos que a empresa tem ao investir em ações de responsabilidade social. Inicialmente, é analisada a entrevista realizada com a gestora da empresa. Essa etapa tem como objetivo identificar o posicionamento da empresa frente aos retornos obtidos pelo seu investimento em ações sociais, bem como, apresentar os motivos que levam a empresa a escolher a dança como atividade social para o desenvolvimento da comunidade em que está inserida. Na segunda etapa, são analisados os questionários aplicados a 20 colaboradores da empresa, com o objetivo de identificar o nível de conhecimento e engajamento nesses projetos por parte do corpo funcional da empresa e apresentar a visão dos colaboradores quanto à importância dessas ações para eles mesmos, para a empresa e para a sociedade.

Posteriormente, é avaliada a inter-relação existente entre as visões da gestora e dos colaboradores da empresa e as teorias abordadas pelos autores citados na fundamentação deste trabalho, a fim de fornecer, a partir do ambiente organizacional, um panorama geral da importância dos retornos obtidos com o investimento no pilar da responsabilidade social.

5.1 ANÁLISE DA ENTREVISTA COM A GESTORA

A entrevista realizada com a gestora da empresa Foletto Alimentos, foi estruturada em formato de questionário composto por 19 questões dispostas em 06 questões abertas e 13 questões fechadas. Esse questionário fornece os dados que se referem à relação do investimento da empresa em ações sociais com o seu planejamento estratégico, identificando os motivos desse investimento, a escolha da dança como atividade social, os retornos observados e a percepção da gestora da empresa a respeito da importância da responsabilidade social. Segundo essa premissa, a Tabela 1 apresenta as respostas da gestora às questões que se referem

ao posicionamento da empresa em relação aos projetos sociais desenvolvidos por ela.

Tabela 1 – dados sobre os projetos sociais da empresa.

Questão	Sim	Não
A empresa conta com a elaboração de relatórios periódicos dos projetos sociais?		x
A empresa inclui a ação social no planejamento estratégico?	x	
A empresa conta com mecanismos para estimular partes interessadas (fornecedores, acionistas) a fazer doações financeiras?	x	
A empresa visa maximizar seu impacto no longo prazo com o planejamento da sua ação social?	x	
A empresa conta com pesquisas periódicas de desempenho dos beneficiários das ações sociais?		x
A empresa utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios?	x	
A empresa divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação de seus colaboradores?	x	

Fonte: produzida pela autora

De acordo com as respostas obtidas, pode-se observar que o investimento nesses projetos não conta com mecanismos de acompanhamento tanto no desenvolvimento do projeto em si, quanto no desempenho dos que são beneficiados por ele. Segundo a gestora da empresa, a única forma de acompanhamento do desempenho dos beneficiários é através do feedback dos professores que ministram as aulas. A empresa, contudo, preocupa-se em incluir essas ações no seu planejamento estratégico, visando seu impacto no longo prazo, estimulando doações das partes interessadas, divulgando internamente seus projetos e oportunizando a participação de voluntários. Além disso, utiliza-se dos incentivos fiscais para deduzir dos impostos o valor investido nos projetos sociais.

A questão na qual diz respeito à parceria que envolve a realização dos projetos sociais, o questionário fornece quatro opções de resposta, como: “Associações”, “Clientes/Fornecedores”, “Órgãos Governamentais” e “Outras empresas do setor privado”. A gestora menciona que a empresa conta com o apoio de associações, no caso a Associação Atlética Banco do Brasil, e órgãos governamentais para o desenvolvimento dos projetos.

5.1.1 Visão da empresa quanto à responsabilidade social e a dança como atividade social

Em relação à responsabilidade social, a gestora aponta que essa questão é vista como “Parte do planejamento estratégico da empresa”, “Investimento em longo prazo” e “Desenvolvimento da comunidade/sociedade que a empresa está inserida”. Sendo descartadas as opções de “Propaganda e Marketing da empresa”, “Vantagem financeira pelo abatimento de impostos” e “Investimento por obrigação”, observa-se, portanto, que a empresa não utiliza seus projetos sociais como ferramenta de publicidade para promover sua marca através de marketing social, não tem como foco priorizar os incentivos e benefícios fiscais concedidos pelo valor investido e, também, não realizar suas ações sociais por obrigação em atender às exigências do mercado. Tais pontos são claramente evidenciados na questão que diz respeito à percepção da gestora em relação aos investimentos da empresa em projetos de Responsabilidade Social, na qual se obteve como resposta:

Sinto que é como um dever de nossa parte ajudar a mudar a realidade local. Estamos inseridos na sociedade, nossa empresa ajuda e precisa das pessoas locais, por isso é de nossa responsabilidade contribuir para a formação dos jovens, não somente por eles serem o futuro da Foletto Alimentos, mas para termos um mundo melhor. Como gestora, penso que a partir do nosso crescimento pessoal e empresarial, sentimos necessidade de ajudar a formar pessoas. (J. F. à pergunta “Qual a sua percepção em relação aos investimentos da empresa em projetos de Responsabilidade Social? ”).

É possível observar que, para a gestora, a percepção da realidade da comunidade leva a necessidade de investimento na formação de pessoas e, conseqüentemente, na contribuição com a qualidade de vida das mesmas. Portanto, essa é uma necessidade inerente ao dever da empresa e, também, uma extensão do crescimento pessoal e profissional do seu gestor.

Na questão sobre a opinião da gestora referente à importância dos investimentos em Responsabilidade Social atualmente, tem-se que:

É questão de sobrevivência das empresas, pois não podemos ser alheios ao que nos rodeia. E a nossa volta existem muitas formas de educação que necessitam de aprimoramento. Órgãos públicos e privados precisam ser mais ativos nessas questões. (J. F. à pergunta “Em sua opinião, qual a importância dos investimentos em Responsabilidade Social atualmente? ”).

Sendo assim, pode-se identificar a importância do desenvolvimento de ações de responsabilidade social como preocupação com a sustentabilidade da empresa, no que diz respeito à sua sobrevivência no mercado, e do meio em que ela atua. Mais do que isso, é apontada a importância da participação ativa dos setores públicos e privados nas questões sociais. Dentre as diversas ações de responsabilidade social, a empresa escolheu a dança como atividade principal para a contribuição com a melhoria da qualidade de vida da comunidade.

Na questão referente aos motivos que levaram a empresa optar por investir em projetos sociais voltados para a dança, a gestora responde que:

Diante da cultura local, a dança é o caminho mais rápido para agregar jovens e crianças no projeto, mudando, assim, a realidade local. As danças folclóricas atraem porque fazem parte da cultura da região e o ballet é o sonho das meninas. (J. F. à pergunta “Por que a empresa optou por investir em projetos sociais voltados para a dança? ”).

Diante da realidade observada, a empresa optou pela atividade que pudesse promover o maior engajamento dos jovens, resgatando a cultura regional com as danças folclóricas, e oportunizando o aprendizado de uma cultura mais abrangente como o ballet clássico. Além disso, por a empresa ter as questões folclóricas em sua cultura devido ao fato de estar inserida na região de fronteira, a dança é vista como uma forma de representar essa regionalidade e assim, expressar e promover a cultura gauchesca e latino americana fortemente presentes na região.

5.1.2 Retornos observados

Quanto aos retornos observados, primeiramente foi questionada a relação do custo das ações sociais que, dentre as opções “Despesa”, “Investimento” e “Gasto”, a empresa diz considerá-lo como sendo um investimento, e ainda complementa que é, especificamente, um investimento em pessoas. Posteriormente, foram questionados os possíveis retornos com o investimento nos projetos sociais que poderiam ser observados pela empresa. A Tabela 2 ilustra a resposta da gestora referente a essa questão.

Tabela 2 - dados da pesquisa com a gestora.

A empresa pôde observar que o investimento em projetos sociais trouxe retornos como:	
Maior visibilidade da empresa/Fortalecimento da imagem	X
Reconhecimento público	X
Melhora da qualidade de vida da comunidade	X
Satisfação da comunidade	
Satisfação e motivação dos funcionários	X
Satisfação e fidelização dos clientes	
Aumento das vendas	
Aumento da qualidade e da produtividade da empresa	X
Benefícios fiscais	

Fonte: produzida pela autora.

É possível identificar que os retornos observados referem-se tanto à melhoria interna, como a satisfação e motivação dos funcionários e o aumento da qualidade e da produtividade da empresa, quanto à melhoria externa, como a maior visibilidade da empresa, o reconhecimento público e melhora da qualidade de vida da comunidade em que atua. Além dos retornos apontados, a gestora cita que:

Ainda é muito cedo para colhermos os frutos, mas na sociedade local a nossa imagem é boa devido aos projetos desenvolvidos. Além disso, nos sentimos pessoas melhores por contribuir com a formação de crianças e jovens. (J. F. à pergunta "Além dos citados acima, a empresa conta com mais algum tipo de retorno sobre este investimento? Quais?").

Segundo a gestora, o principal retorno externo observado foi o reconhecimento público de uma imagem positiva da empresa por desenvolver esse projeto que contribui com a melhoria da qualidade de vida da comunidade. É apontado, também, o retorno pessoal para a gestora que investe na formação de jovens através da empresa. De acordo com as respostas obtidas, na questão referente aos retornos é mencionado que esses são e não são correspondentes às expectativas da empresa, justificando-se por ser um projeto recente e ainda não ser possível uma avaliação mais ampla dos seus resultados para a empresa.

5.1.3 Mensuração dos retornos

Sendo observados os retornos, questionou-se a empresa a respeito da preocupação com a mensuração desses retornos e, se mensurados, qual seria o método utilizado para este fim. Para essa questão, obteve-se resposta positiva quanto à mensuração dos retornos, porém, segundo a gestora “ainda não utilizamos nenhum método para este fim, a não ser pelo retorno dos professores, alunos e coordenadores.”. Portanto, a empresa não conta com mecanismos que mensure estatisticamente os dados referentes aos retornos do investimento, sendo eles avaliados a partir de relatos das partes envolvidas no projeto.

A partir da questão anterior, a empresária foi indagada quanto à utilização dos dados que mostram os retornos do investimento e, se não utilizam, quais seriam os motivos que levam a empresa optar por não mensurar e utilizar esses dados. A resposta obtida foi negativa para a utilização dos dados, porque, segundo a gestora, “o projeto ainda é muito novo”.

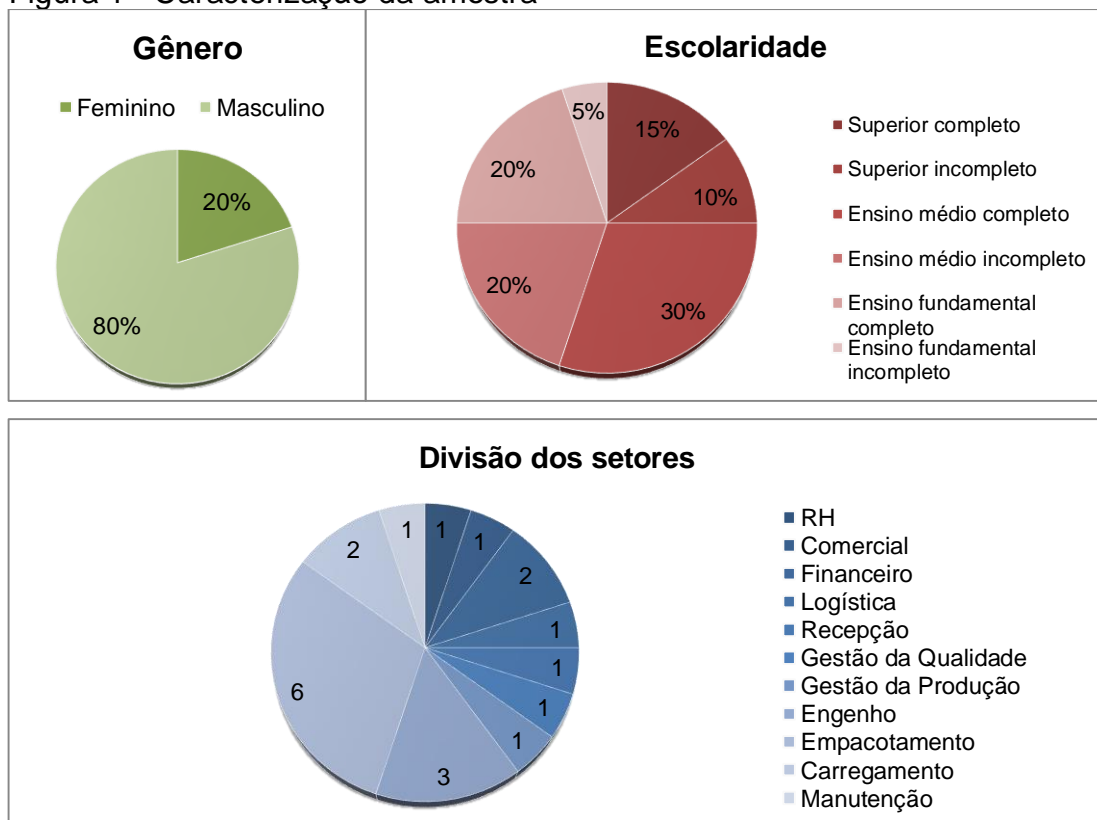
5.2 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS AOS COLABORADORES

O questionário aplicado aos colaboradores da empresa foi estruturado com oito questões, das quais três questões são abertas e cinco delas são fechadas com três opções de resposta que variam de acordo com as perguntas. Este questionário tem como objetivo identificar nos colaboradores o seu nível de conhecimento sobre os projetos sociais desenvolvidos pela empresa; a sua opinião a respeito da importância desses projetos em relação aos clientes e do nível de satisfação do corpo funcional quanto à política de responsabilidade social da empresa; seu grau de envolvimento com os projetos sociais e qual o nível de importância deles no seu trabalho diário; o seu sentimento como colaborador de uma empresa que investe em ações sociais para os jovens; a sua opinião sobre os impactos que esses projetos geram na vida dos jovens beneficiados e o motivo de interesse em participar ou não como voluntário de um projeto social da empresa.

5.2.1 Caracterização da amostra da pesquisa com os colaboradores

A amostra da empresa é constituída por 20 colaboradores. Conforme ilustrado na Figura 1, os colaboradores participantes estão distribuídos da seguinte forma: 1 no setor de Recursos Humanos, 1 no setor Comercial, 2 no setor Financeiro, 1 no setor de Logística, 1 na Recepção, 1 no setor de Gestão da Qualidade, 1 no setor da Gestão da Produção, 3 no setor de Engenho, 6 no setor de Empacotamento, 2 no setor de Carregamento e 1 no setor de Manutenção. Dos entrevistados, 80% são do sexo masculino e 20% do sexo feminino. Quanto à escolaridade, 15% dos entrevistados possuem ensino superior completo, 10% possui ensino superior incompleto, 50% dos colaboradores possuem apenas o ensino médio e 25% deles possuem apenas o ensino fundamental.

Figura 1 - Caracterização da amostra



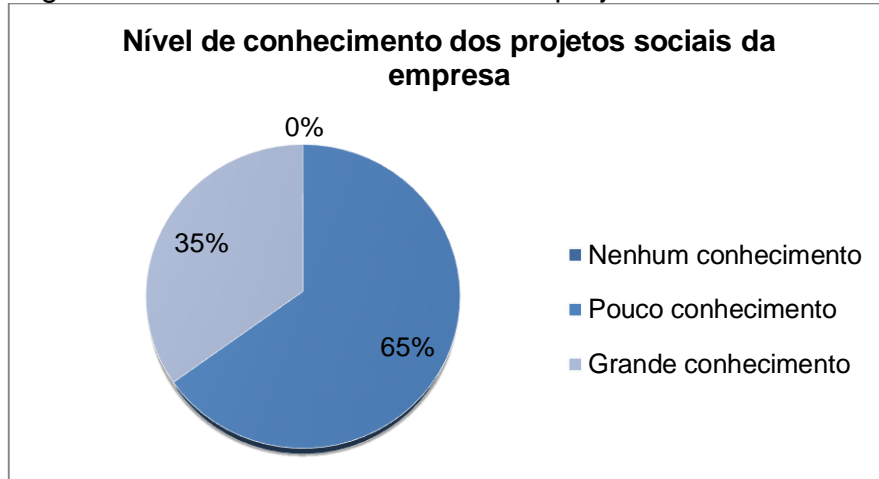
Fonte: desenvolvido pela autora.

5.2.2 Posicionamento em relação aos projetos sociais

O primeiro questionamento buscou identificar o nível de conhecimento dos colaboradores acerca dos projetos sociais da empresa.

Conforme ilustra a figura 2, dos 20 colaboradores entrevistados, 35% deles apresentam grande conhecimento acerca dos projetos sociais da empresa e 65% apresentam pouco conhecimento desses projetos. Os resultados obtidos apontam que menos da metade dos colaboradores tem um conhecimento mais amplo a respeito dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa.

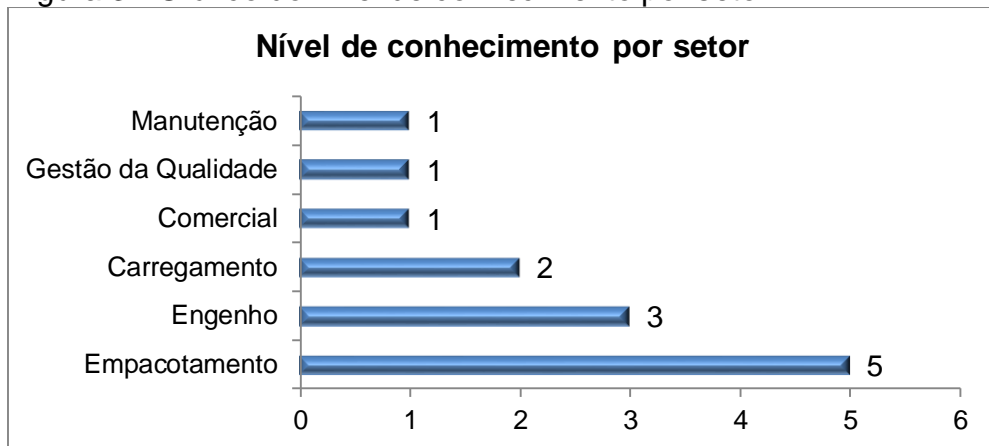
Figura 2 - Nível de conhecimento dos projetos sociais



Fonte: desenvolvido pela autora.

Os 65% correspondem a um total de 13 colaboradores, os quais estão distribuídos: 5 no setor de Empacotamento, 3 no setor de Engenho, 2 no setor de Carregamento, 1 no setor de Manutenção, 1 no setor da Gestão da Qualidade e 1 no setor Comercial. Portanto, conforme mostra a figura 3, em comparação com o número de colaboradores dispostos nesses setores, pode-se observar que a maioria dos que responderam ter pouco conhecimento acerca dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa está concentrada nos setores operacionais da organização.

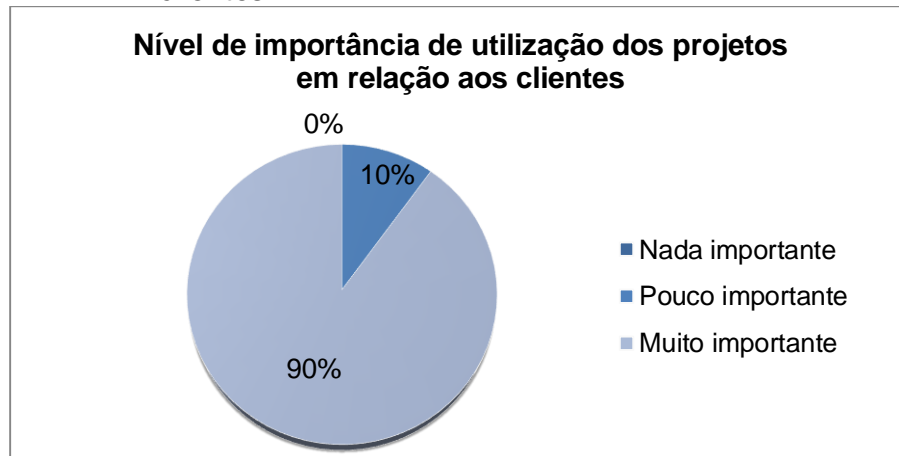
Figura 3 - Gráfico do nível de conhecimento por setor



Fonte: desenvolvido pela autora

O segundo questionamento diz respeito à opinião dos colaboradores sobre o nível de importância da utilização dos projetos sociais em relação aos clientes da empresa.

Figura 4 - Gráfico do nível de importância dos projetos para os clientes

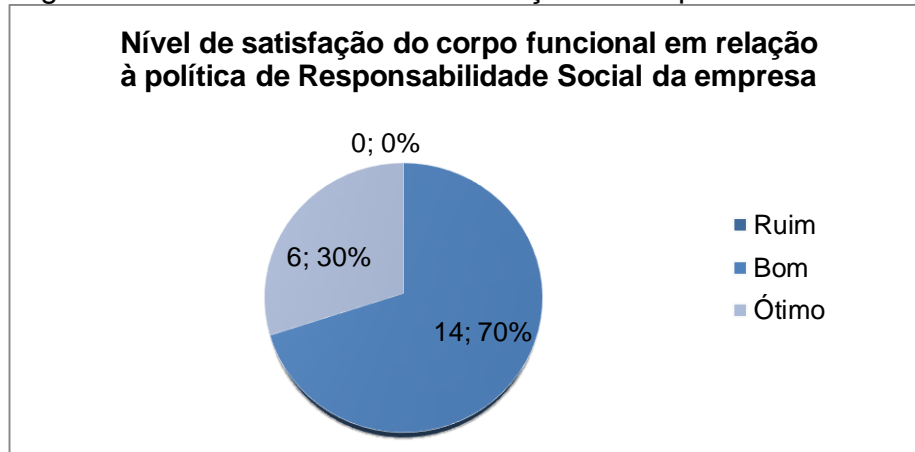


Fonte: desenvolvido pela autora.

Esse índice diz respeito ao impacto das ações sociais na captação e fidelização de clientes, isto é, a importância que os projetos sociais têm para atrair clientes. Segundo a figura 4, tem-se que 90% dos colaboradores acreditam que a utilização dos projetos sociais em relação aos clientes é muito importante, enquanto que 10% acredita ser pouco importante. É possível perceber que, na opinião dos colaboradores, os projetos sociais são levados em consideração pelos clientes ao escolherem a empresa.

O terceiro questionamento traz a opinião dos colaboradores quanto ao nível de satisfação do corpo funcional em relação à política de Responsabilidade Social da empresa.

Figura 5 - Gráfico do nível de satisfação do corpo funcional



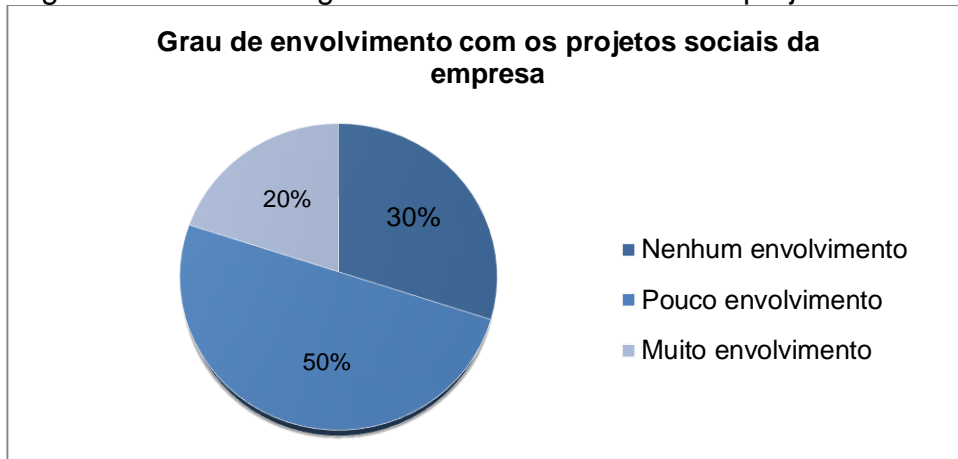
Fonte: desenvolvido pela autora.

O nível de satisfação do corpo funcional tem o objetivo de mensurar a maneira como é tratado o setor social da empresa, enfatizando as questões relacionadas aos seus valores, ou seja, demonstra a percepção dos colaboradores quanto à aplicação desses valores pela empresa. Observa-se, portanto, que 70% deles consideram o nível de satisfação como sendo bom, enquanto que 30% definem como sendo ótimo. Dentre esses 30%, que correspondem a um total de 6 colaboradores, a sua maior parte concentra-se nos setores representados pelos gerentes e coordenadores. Observa-se, portanto, que a maioria dos colaboradores está satisfeita com as políticas de responsabilidade social da empresa, porém, elas são bem mais percebidas nos setores onde há maior envolvimento com o seu planejamento estratégico.

O quarto questionamento aborda o grau de envolvimento, isto é, o grau de participação, direta ou indireta, do colaborador com o desenvolvimento dos projetos sociais da empresa.

Conforme ilustra a figura 6, apenas 20% dos colaboradores afirmam ter maior envolvimento com o desenvolvimento dos projetos sociais, enquanto que 50% dizem ter pouco envolvimento, e 30% não têm nenhum envolvimento com os projetos.

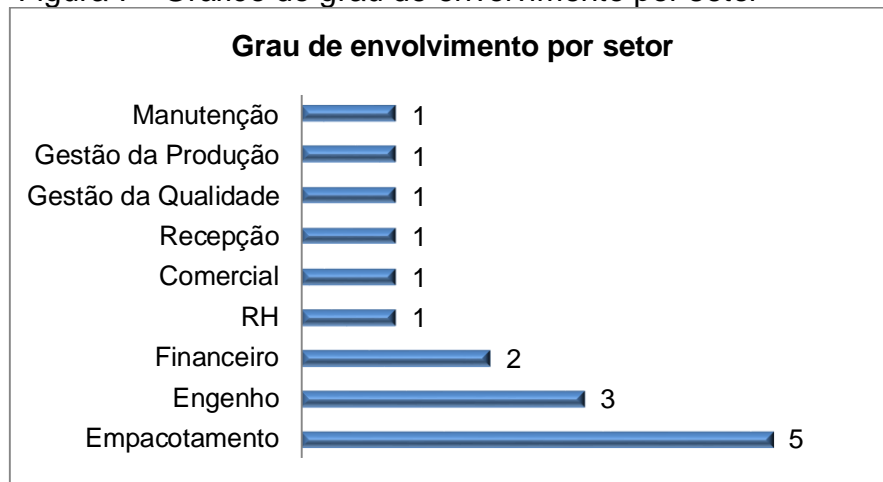
Figura 6 - Gráfico do grau de envolvimento com os projetos sociais



Fonte: desenvolvido pela autora

Os 70% que dizem ter pouco ou muito envolvimento com os projetos sociais, representam 14 colaboradores da empresa dos que foram pesquisados. Esses estão distribuídos entre todos os setores da empresa, como ilustra a figura 7.

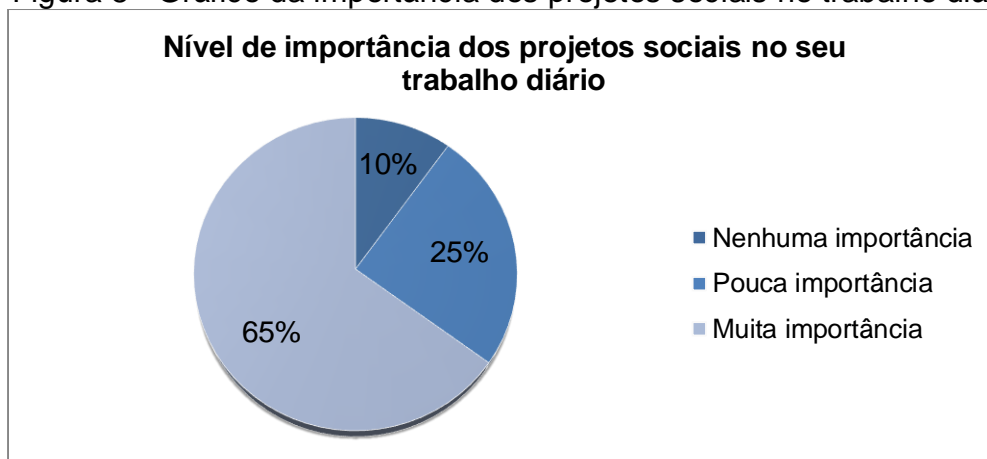
Figura 7 - Gráfico do grau de envolvimento por setor



Fonte: desenvolvido pela autora

O quinto questionamento busca obter informações a cerca do nível de importância desses projetos no dia a dia do colaborador, procurando identificar de que maneira as ações sociais da empresa interferem no trabalho diário do corpo funcional.

Figura 8 - Gráfico da importância dos projetos sociais no trabalho diário



Fonte: desenvolvido pela autora.

Obteve-se como resultado, conforme mostra a figura 8, que a maioria dos colaboradores, composta por 65% deles, diz que os projetos sociais da empresa apresentam muita importância no seu trabalho diário, enquanto que 25% respondem que têm pouca importância e 10% diz não terem nenhuma importância no seu dia a dia. A maioria dos colaboradores que respondeu ter maior interferência dos projetos sociais está distribuída de maneira equivalente entre todos os setores da empresa, permitindo observar que o corpo funcional apresenta grande aceitação dos projetos desenvolvidos, os quais visam à melhoria da qualidade de vida da comunidade. Portanto, a relevância desses projetos, a partir dos seus objetivos, impacta também na motivação dos colaboradores em fazer parte da empresa.

5.2.3 Colaborador como parte do projeto

De acordo com os questionamentos anteriores a respeito do posicionamento do colaborador frente aos projetos sociais desenvolvidos pela empresa, obteve-se um panorama geral de como é percebida, internamente, a vertente social da empresa. Posteriormente, os colaboradores foram questionados sobre três aspectos nos quais expuseram suas opiniões a cerca do sentimento de pertencer a uma empresa que contribui com projetos de cunho social, de quais são os impactos positivos que eles acreditam que um projeto desses possa gerar na vida das crianças beneficiadas e dos motivos que despertam ou não a vontade de contribuírem como voluntários nesses projetos.

Primeiramente, o colaborador foi questionado sobre o sentimento de se trabalhar em uma empresa que contribui para o desenvolvimento de um projeto social com jovens da comunidade em que ele mora. De acordo com as respostas obtidas, pode-se observar um resultado positivo diante da ação social da empresa que, mesmo sendo pouco conhecida pela maioria dos colaboradores, é vista de forma satisfatória por toda a organização.

Figura 9 - Gráfico do sentimento em contribuir para o projeto social

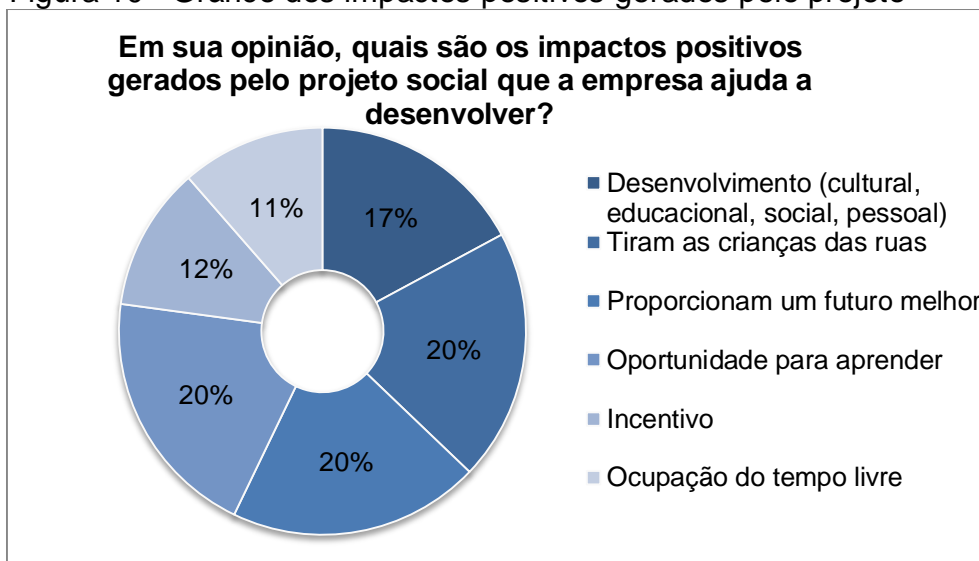


Fonte: desenvolvido pela autora.

Todas as respostas foram agrupadas a partir dos termos que mais se repetiram. Segundo os colaboradores, como ilustra a figura 9, a satisfação em fazer parte de uma empresa que contribui para a melhoria da qualidade de vida da comunidade a partir das ações sociais corresponde 40% das respostas. Enquanto que 30% deles sentem-se alegres em saber que a empresa auxilia na educação de jovens e os outros 30% se sentem orgulhosos ou honrados por essas ações.

Em seguida, os colaboradores responderam a respeito de suas opiniões sobre os impactos positivos que podem ser gerados a partir do projeto social desenvolvido pela empresa. Como ilustra a Figura 10, foram elencados 6 tópicos a partir das respostas que mais se assemelharam.

Figura 10 - Gráfico dos impactos positivos gerados pelo projeto



Fonte: desenvolvido pela autora.

Das respostas obtidas, 60%, distribuídos igualmente, responderam que os projetos sociais desenvolvidos pela empresa geram impactos positivos por proporcionarem um futuro melhor, tirarem as crianças das ruas e por serem uma oportunidade para elas aprenderem algo novo. Enquanto que 17% dizem que os projetos sociais promovem o desenvolvimento tanto cultural, quanto educacional, social e pessoal. Já 12% deles responderam que é um meio de incentivo e 11% dizem que os projetos sociais são uma forma de ocupação do tempo livre.

As respostas de alguns colaboradores foram destacadas para justificar os itens elencados no gráfico, sendo discriminados pelo grau de importância presente em cada resposta.

a) **Desenvolvimento:** Dos 17% que apontaram o desenvolvimento como resposta, pode-se perceber a preocupação em especificar o tipo de desenvolvimento que é gerado nas crianças que são beneficiadas por esses projetos. Para o C2, o projeto social “colabora para um bom desenvolvimento social e moral das crianças.” e para o C4, o projeto permite que as crianças tenham um “desenvolvimento social, aperfeiçoamento das aptidões e que também adquiram cultura.”. Para esses colaboradores, percebe-se que o desenvolvimento apontado é visto com maior profundidade nas questões culturais e sociais. Portanto, o resultado obtido a partir dessa questão vai de encontro com o objetivo da empresa ao desenvolver esse tipo de projeto.

b) Tirar as crianças das ruas: Neste item, que compõem 20% dos colaboradores, foi apontado que os projetos sociais desenvolvidos pela empresa são vistos como forma de tirar as crianças e jovens das consequências negativas de estarem nas ruas, como as drogas e a violência. Segundo o C20, os projetos sociais “podem preencher o espaço de tempo livre em que essas crianças poderiam estar à mercê de coisas ruins da nossa sociedade como drogas, violência etc.”. Como solução desse problema, o C13 menciona a dança como atividade de auxílio nessa questão e diz que “a dança pode afastar as crianças das drogas e do crime e fazer com que elas sejam pessoas melhores.”. Portanto, também são observados, a partir da visão dos colaboradores, os motivos em utilizar a dança como atividade de ação social para se atingir o objetivo do projeto.

c) Proporcionar um futuro melhor: 20% dos colaboradores responderam que o projeto é composto por ações que visam à formação da pessoa, ou seja, acreditam que os impactos do projeto são refletidos no futuro pelas ações presentes. Portanto, é um aprendizado que tem seus resultados no longo prazo, sendo assim relatado pelo C6, o qual diz que “com uma boa orientação e dedicação, [os jovens] conseguem reconstruir um futuro que nem sempre seria bom se não estivessem lá [projeto].”.

d) Oportunidade para aprender: De acordo com 20% dos colaboradores, os projetos sociais são vistos como uma oportunidade para aprender algo novo que, muitas vezes, não são de fácil acesso para esses jovens. Como diz o C7, “esse tipo de ação social pode ensinar a elas [crianças] algo diferente que contribui para um futuro melhor.”. Outro ponto de vista sobre os impactos do projeto social é relatado pelo C15, o qual diz que o projeto, na vida desses jovens, tem como impacto positivo “o aprendizado para serem alguém no futuro e não estarem nas ruas aprendendo o que não deve.”. Assim como a maioria dos colaboradores que tiveram esse item em sua resposta, ambos apontaram a oportunidade de os jovens estarem aprendendo algo novo e que lhes permitam construir um futuro que fuja da realidade em que eles vivem. Essa questão justifica a existência do item anterior, pelo fato de o projeto social proporcionar um futuro melhor por oferecer a oportunidade de aprendizado.

e) Incentivo: Os 12% dos colaboradores que responderam ser um incentivo para os jovens, expuseram suas opiniões acerca dessas ações que visam encorajar e estimular o desenvolvimento dos que são beneficiados, pois a realidade em que esses jovens vivem, não contribui como incentivo para o seu crescimento. Portanto, o

projeto social surge como meio de preencher essa lacuna que, muitas vezes, impede o desenvolvimento das habilidades potenciais dos jovens. Para o C9, “muitas [crianças] não têm condições e nem mesmo acesso. [Esse projeto] É um grande incentivo e principalmente um grande apoio.”. Complementando, o C12, diz que “é um ótimo incentivo positivo de ensinar e educar as crianças (...) mostrando algo de bom e especial na vida delas.”. Observa-se que, na visão dos colaboradores, o incentivo tange a questão da educação e apoio a esses jovens que, muitas vezes, são reprimidos pelas condições da sua realidade.

f) Ocupação do tempo livre: Os colaboradores que compõem 11% das respostas obtidas para essa questão apontam que os projetos sociais também são uma forma de ocupar o tempo livre das crianças e jovens. Para o C16, o projeto auxilia “ocupando o tempo que elas [crianças] têm de sobra para aprender alguma coisa ao invés de estar na rua.”. Isto é, as crianças têm uma opção para ocupar-se de maneira saudável enquanto não estiver na escola. Já o C14 diz que com o projeto “as crianças têm uma ocupação e provavelmente isso ajude na escolha profissional no futuro.”, ou seja, ele acredita que a partir dessa ocupação, as crianças possam desenvolver habilidades que permitam a escolha de sua profissão futuramente.

De acordo com os itens expostos, pode-se observar que as ações de responsabilidade social da empresa são percebidas como um meio de auxílio para solucionar a realidade das questões sociais da comunidade situada ao seu entorno. Além disso, foi possível fazer uma comparação entre a visão dos colaboradores e os objetivos da gestora em contribuir com o desenvolvimento dos projetos sociais, os quais se convergem para uma mesma finalidade.

Posteriormente, os colaboradores foram questionados a respeito do seu interesse em ser voluntário de um projeto social como o qual é desenvolvido pela empresa. A questão foi dividida em duas partes, sendo a primeira fechada com duas opções “sim” e “não” e, em seguida, a justificativa no formato de questão aberta.

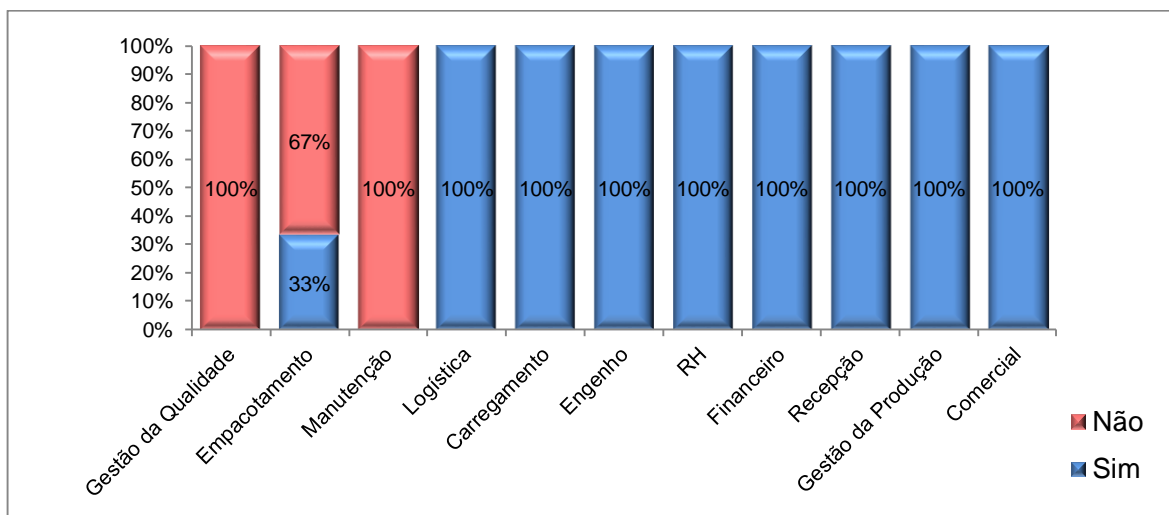
Figura 11 - Gráfico do interesse em voluntariado



Fonte: desenvolvido pela autora.

Conforme ilustra a Figura 11, 70% dos colaboradores pesquisados responderam que têm interesse em ser voluntário de um projeto social, enquanto que os 30% responderam que não. De acordo com as respostas obtidas, pode-se observar o nível de interesse por setor.

Figura 12 - Gráfico do nível de interesse em voluntariado por setor



Fonte: desenvolvido pela autora.

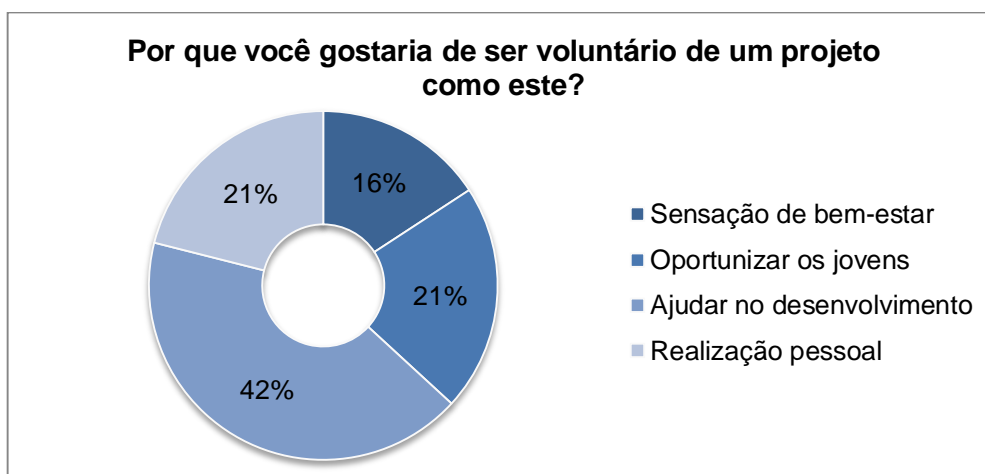
Conforme ilustra a Figura 12, percebe-se que os colaboradores que não têm interesse em participar como voluntários dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa estão distribuídos nos setores de Gestão da Qualidade, Empacotamento e Manutenção. Enquanto que a grande maioria que tem interesse em participar do

projeto está distribuída por todos os outros setores da empresa, incluindo uma pequena parte do setor de Empacotamento.

Os colaboradores que responderam não ter interesse em prestar serviços como voluntários de um projeto social apontaram como justificativa o pouco tempo disponível ou outros compromissos assumidos nos horários em que não estão na empresa. Dos 6 colaboradores que optaram pela resposta negativa, 2 deles não justificaram suas respostas. O C7, afirma que “não adianta me comprometer com algum projeto e não ter tempo para contribuir.”. Já o C15 diz que “o tempo que me sobra eu estou com meus filhos.”. Portanto, é possível observar que o não interesse é, na maioria das vezes, por motivos de indisponibilidade de tempo para assumir o compromisso com o projeto.

As respostas dos colaboradores que afirmaram ter interesse em participar como voluntário de um projeto social, foram divididas em 4 itens a partir do agrupamento dos termos que mais se repetiram ou das justificativas que mais se assemelharam.

Figura 13 - Gráfico da justificativa do interesse em voluntariado



Fonte: desenvolvido pela autora.

Segundo as respostas obtidas, 16% dos colaboradores justificam que o interesse em ser voluntário de um projeto social é pela sensação de bem-estar pessoal. Outros 21% responderam que, sendo voluntariado do projeto, podem proporcionar oportunidades às crianças e jovens, enquanto que 42% acredita que podem ajudar no desenvolvimento desses e 21% dizem que fazer parte de um projeto social como voluntário é uma realização pessoal.

Cada item elencado no gráfico é discriminado a seguir com o objetivo de justificar a sua predominância na maioria das respostas.

a) **Sensação de bem-estar:** Com 16% das respostas, tem-se que a atitude de participar como voluntário de um projeto social é vista como uma sensação positiva para o indivíduo que realiza esse tipo de ação, ou seja, o auxílio ao próximo primeiro impacta no agente da ação para depois impactar o indivíduo beneficiado por essas ações. Segundo o C1, o motivo que desperta o seu interesse em ser voluntário de um projeto social é “pela sensação de bem-estar, de fazer parte de algo maior, pela oportunidade de ser e sentir como juntos podemos mudar.”. Para o C2, a justificativa de seu interesse é que “além de ajudar as crianças, devemos nos doar mais ao próximo até nos sentirmos mais vivos e mais próximos da felicidade.”.

b) **Oportunizar os jovens:** 21% dos colaboradores responderam que um dos motivos que os levam a ter interesse em ser voluntário de um projeto social é a oportunidade que podem dar aos jovens e crianças que são beneficiados. O C10, diz que “seria gratificante poder ajudar as pessoas a terem uma vida melhor e um futuro cheio de oportunidades.”. Outro ponto de vista é relatado pelo C6, o qual aponta que “uma das mais importantes missões dos educadores é a dedicação e persistência para melhorar cada uma das crianças e contribuir para que elas sejam adultos melhores.”. Portanto, observa-se a preocupação em poder, através das ações sociais, oferecer aos jovens oportunidade de conhecer novos caminhos para a sua formação.

c) **Ajudar no desenvolvimento:** Este foi o item com maior porcentagem de resposta, no qual 42% dos colaboradores responderam que têm interesse em ser voluntário pelo fato de poder ajudar no desenvolvimento tanto dos participantes do projeto quanto da comunidade em geral. Para o C5, o seu interesse se justifica em “fazer o bem para quem precisa de ajuda.” e para C3, o motivo pelo qual gostaria de participar do projeto como voluntário é “para auxiliar no desenvolvimento e crescimento da comunidade.”. Ou seja, são pontos de vistas que convergem para a mesma finalidade: a preocupação em realizar ações que auxiliem no desenvolvimento, sendo um deles focado no indivíduo que necessita dessa ajuda e o outro na comunidade como um todo.

d) **Realização pessoal:** 21% dos colaboradores afirmaram que poder participar de um projeto social como voluntário é uma realização pessoal. Dentre eles, o C12 diz que o seu interesse em ser voluntário é “porque existem grandes projetos que evoluíram, em muitos sentidos, a vida das pessoas e eu quero evoluir a minha

vida e porque é muito bom participar de algo assim.”. Para ele, a participação no projeto é motivo de evolução, também, na vida de quem realiza a ação social visando o bem para o próximo. Complementando essa questão, outra opinião é relatada pelo C4, o qual diz que “fico bastante realizada podendo contribuir de alguma forma e ver que estou proporcionando algo bom para uma pessoa, por mais simples que seja a ação.”.

De acordo com os itens expostos, pode-se observar que há um grande interesse da maioria dos colaboradores em participar como voluntários dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa e que esse interesse é permeado pela necessidade de auxiliar no desenvolvimento e crescimento da comunidade, juntamente com a necessidade de autorrealização pela sensação de bem-estar que se tem ao participar ativamente desse tipo de ação.

6 CONCLUSÕES

Com base na fundamentação teórica, a qual se refere à relação existente entre a ação de responsabilidade social das empresas e o importante papel que elas têm no desenvolvimento da sociedade ao seu entorno, pode-se concluir que, no estudo de caso de uma empresa atuante socialmente, os resultados constatados através dos questionários aplicados foram positivos, tanto pela visão da gestão da empresa, quanto pela visão do seu corpo funcional.

Observou-se que a preocupação da gestora da empresa em investir nos projetos de responsabilidade social vão de encontro com a realidade social na qual a empresa está inserida. Portanto, a necessidade de se recuperar os valores culturais da comunidade foi apontada como o principal motivo que leva ao desenvolvimento dessas ações sociais.

Paralelo a isso, constatou-se que, apesar de dispor de poucas ferramentas de divulgação tanto externa quanto interna e, também, de não contar com mecanismos de mensuração dos impactos dessas ações, a imagem da empresa já reflete uma realidade positiva, inclusive para os seus colaboradores. Pelo fato de a empresa mostrar-se preocupada com as condições sociais da comunidade que a cerca, a percepção dos colaboradores acerca dos benefícios gerados pelas ações realizadas é completamente satisfatória, até mesmo por notar-se o grande interesse da maioria deles em poder participar ativamente de um projeto social desenvolvido pela empresa. Portanto, foi possível observar que, mesmo pelo pouco conhecimento das atividades sociais realizadas, a visão dos colaboradores converge para o mesmo objetivo da gestora quanto à responsabilidade social praticada pela empresa.

De acordo com o questionamento geral deste trabalho, tendo em vista os retornos obtidos e relatados pela gestora e pelos seus colaboradores, conclui-se que o investimento em ações de responsabilidade social apresenta vantagens que, além de contribuir com o desenvolvimento da sociedade, também contribuem para o desenvolvimento sustentável da empresa. Sendo assim, o investimento em projetos sociais, visto como uma forma de auxílio no crescimento e desenvolvimento da sociedade, não busca beneficiar apenas as crianças e jovens que participam das atividades, mas busca envolver a família como um todo e, conseqüentemente, toda a comunidade é atingida pelos benefícios gerados. Isso, portanto, permite que a

empresa tenha uma boa imagem frente às necessidades da sociedade, tornando-se também atrativa aos acionistas e parceiros.

Segundo a gestora, pode-se concluir, também, que este é um investimento no longo prazo, o qual é destinado para a formação, social e cultural, de pessoas que, futuramente, serão o público da empresa, seja como consumidor do produto, seja como colaborador da indústria. Há, portanto, uma preocupação em obter retornos futuros que agreguem maior valor à empresa no que diz respeito ao seu corpo funcional.

Além dos retornos apontados, conclui-se que a empresa exercendo suas ações de responsabilidade social estará cumprindo, também, com um dever previsto em lei pela Constituição Federal no que diz respeito ao desenvolvimento e a promoção do bem a todos. Isso, portanto, demonstra e comprova que a responsabilidade social é uma ação que contribui para os objetivos dos quais a empresa se propõe perante a sociedade, ou seja, ser um agente de mudança social e promover o desenvolvimento do local em que está inserida.

Frente às constatações obtidas pelos resultados da pesquisa, sugere-se à empresa Foletto Alimentos, que amplie o vínculo de acesso às informações de seus projetos sociais aos seus fornecedores, clientes e, principalmente, colaboradores, pois, tendo em vista que o maior objetivo do projeto é o resgate da cultura através da dança tipicamente regional, e que essa cultura está presente, também, na empresa, percebeu-se que esse objetivo não deve se desvincular da essência que permeia os valores da empresa, os quais são vistos tanto externa quanto internamente.

Visto o grande interesse dos colaboradores em estarem envolvidos com os projetos sociais, sugere-se, também, que a empresa promova um maior engajamento de seu corpo funcional no acompanhamento das atividades sociais desenvolvidas, permitindo, assim, o levantamento de ideias daqueles que têm maior conhecimento da realidade fora da empresa e que podem contribuir com sugestões de aprimoramento dos projetos. Esse engajamento também permite que a empresa mostre aos seus colaboradores que o trabalho deles também gera impactos nesses projetos e que eles também são responsáveis pelos resultados da realização dessas ações sociais.

Este trabalho, portanto, além de permitir a compreensão dos motivos que levam uma empresa a investir em projetos de responsabilidade social e de que modo se dá o retorno desse investimento, proporcionou uma ampliação do conhecimento

da empresa sobre as suas ações de responsabilidade social, trazendo, assim, um panorama geral de como essas ações são vistas pelo seu corpo funcional e o que pode ser aprimorado a partir dessas visões.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. S. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese**: uma abordagem simples, prática e objetiva. São Paulo: Atlas, 2011.
- ASHLEY, P. A. et. al. **Ética e responsabilidade nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Atos das disposições Constitucionais Transitórias**. Dos Princípios Fundamentais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 10 set. 2014.
- CAMARGO, M. F. et al. **Gestão do terceiro setor no Brasil**. São Paulo: Futura, 2001.
- CASLEY, D. J.; LURY, D. A. **Monitoring and evaluation of agriculture and rural development projects**. Baltimore and London: Johns Hopkins University Press, 1982.
- CEPAL (COMISSÃO ECONÔMICA PARA AMÉRICA LATINA E CARIBE). **Manual de formulação e avaliação de projetos sociais**. Cepal: [s.n.], 1997.
- CEPAL. **Manual de formulação e avaliação de projetos sociais**. Disponível em: <http://www.ssc.wisc.edu/~jmuniz/CEPAL_manual%20de%20formulacao%20e%20avaliacao%20de%20projetos%20sociais.PDF>. Acesso em: 10 set. 2014.
- DIAS, R. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.
- FRIEDMAN, M. **The social responsibility of business is to increase it's profits**. New York: The NY Times Magazine, 26th Sep. 2013.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, 1995. p. 57-63.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO E TRIBUTAÇÃO. **Censo das empresas brasileiras 2012**. Disponível em: <<https://www.ibpt.org.br/noticia/372/Censo-das-Empresas-Brasileiras-2012>>. Acesso em: 05 jun. 2014.
- INSTITUTO ETHOS. **Culturas e Valores**. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/conteudo/mobilizando-as-empresas-por-uma-sociedade-justa-e-sustentavel/cultura/#.U4Td1_IdXKo>. Acesso em: 27 maio 2014.
- INSTITUTO ETHOS. **Lista de empresas associadas**. Disponível em: <<http://fenix.ethos.org.br/ListaAssociadasPorPorteEstado.aspx>>. Acesso em: 05 jun. 2014.
- LASZLO, C. **A empresa sustentável**. Lisboa: Stória Editores Ltda., 2003.
- LE BOULCH, J. **A educação pelo movimento**: a psicocinética na idade escolar. Porto Alegre: Artes Médicas, 1983.

MARINO, E. **Manual de avaliação de projetos sociais**. São Paulo: Saraiva, Instituto Ayrton Senna, 2003.

MENEGHETTI, A. **Manual de Melolística**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2005.

_____. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2010.

_____. **O projeto homem**. 3. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2011.

_____. **Pedagogia Ontopsicológica**. 3. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2014.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. 12.e.d. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

ROGERS, C. **La terapia Centrata-Sul-Cliente**. Martinelli, Firenze, 1970.

VARGAS, L. A. M. de. **Escola em dança: movimento, expressão e arte**. Porto Alegre: Mediação, 2007.

VIANNA, K. **A dança**. São Paulo: Siciliano, 1990.

VIDOR, A. **Rogers e a educação não-diretiva**. Passo Fundo: Editora P. Berthier, 1974.

WOOLCOCK, M.; MARIÓ, E. G. **Exclusão social e mobilidade no Brasil**. Brasília: Ipea - Banco Mundial, 2005.

APÊNDICES

Apêndice 1: Questionário aplicado à gestora

ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE

ANA ELISA FOLETTI DOTTO
PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Nome: _____ Data: ___/___/___

O seguinte questionário tem como objetivo realizar uma pesquisa para fins acadêmicos, portanto, solicitamos que preencha os campos conforme orientação. A presente pesquisa garante confidencialidade dos dados, os quais serão utilizados única e exclusivamente para investigação científica. Muito obrigada!

1- A empresa conta com a elaboração de relatórios periódicos dos projetos sociais?

() Sim () Não

2- A empresa inclui a ação social no planejamento estratégico?

() Sim () Não

3- A empresa conta com mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outras partes interessadas a fazer doações financeiras?

() Sim () Não

4- A empresa visa maximizar seu impacto no longo prazo com o planejamento da sua ação social?

() Sim () Não

5- A empresa conta com pesquisas periódicas de desempenho aos beneficiários das ações sociais?

() Sim () Não

6- A empresa utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios?

() Sim () Não

7- A empresa divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos seus colaboradores.

Sim Não

8- Para a empresa, o custo com ações sociais é considerado:

Despesa Investimento Gasto

9- A responsabilidade social é vista como:

- Parte do planejamento estratégico da empresa.
- Investimento a longo prazo.
- Desenvolvimento da comunidade/sociedade que a empresa está inserida.
- Propaganda e marketing da empresa.
- Vantagem financeira pelo abatimento de impostos.
- Investimento como obrigação.

10- Por que a empresa optou por investir em projetos sociais voltados para a dança?

11- Como a empresa realiza a divulgação dos seus projetos sociais?

- Meios de divulgação alternativos na comunidade
- Comercial de TV/ Rádio
- Publicação de anúncio institucional em jornais e revistas
- Publicação de balanço social
- Faixas, cartazes e outdoors
- Jornais e/ou informativos próprios para público externo
- Jornais e/ou anúncios internos à organização
- Outros

12- A empresa pôde observar que o investimento em projetos sociais trouxe retornos como:

- Maior visibilidade da empresa/Fortalecimento da imagem
- Reconhecimento público
- Melhora na qualidade de vida da comunidade
- Satisfação da comunidade
- Satisfação e motivação dos funcionários
- Satisfação e fidelização dos clientes
- Aumento das vendas
- Aumento da qualidade e da produtividade da empresa
- Benefícios fiscais

13- Além dos citados acima, a empresa conta com mais algum tipo de retorno sobre este investimento? Quais?

14- Os retornos obtidos por esses investimentos correspondem às expectativas da empresa?

Sim Não

15- A empresa se preocupa em mensurar esses retornos? Se sim, explique qual é o método de mensuração utilizado.

16- Como a empresa utiliza os dados que mostram os retornos desse investimento? Se a resposta for negativa, explique porque a empresa opta por não mensurar os retornos.

Com quem a empresa conta para realizar os projetos sociais?

- Associações
- Clientes/Fornecedores
- Órgãos governamentais
- Outras empresas privadas

17- Qual a sua percepção em relação aos investimentos da empresa em projetos de Responsabilidade Social?

18- Em sua opinião, qual a importância dos investimentos em Responsabilidade Social atualmente?

Apêndice 2: Questionário aplicado aos colaboradores**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE****ANA ELISA FOLETTO DOTTO
PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Nome: _____ Idade: _____

Sexo: Feminino () Masculino () Escolaridade: _____

Setor da empresa: _____

O seguinte questionário tem como objetivo realizar uma pesquisa para fins acadêmicos, portanto, solicitamos que preencha os campos conforme orientação. A presente pesquisa garante confidencialidade dos dados, os quais serão utilizados única e exclusivamente para investigação científica. Muito obrigada!

1- Qual o seu nível de conhecimento dos projetos de ações de responsabilidade social da empresa?

- () Nenhum conhecimento
- () Pouco conhecimento
- () Muito conhecimento

2- Em sua opinião, qual o nível de importância da utilização desses projetos sociais em relação aos clientes da empresa Foletto Alimentos?

- () Nada importante
- () Pouco importante
- () Muito importante

3- Em sua opinião, a política de Responsabilidade Social da empresa Foletto Alimentos, voltada para o seu corpo funcional (funcionários, estagiários, colaboradores etc), pode ser avaliada em qual nível de satisfação?

- () Ruim
- () Bom
- () Ótimo

4- Qual é o seu grau de envolvimento com os projetos sociais que a empresa Foletto Alimentos possui?

- () Nenhum envolvimento
- () Pouco envolvimento
- () Grande envolvimento

5- Em sua opinião, referente aos projetos sociais desenvolvidos pela empresa Foletto Alimentos, qual o nível da importância destes no seu trabalho diário?

- Nenhuma importância
- Pouca importância
- Grande importância

6- Como você se sente em saber que a empresa em que você trabalha contribui para que um projeto social possa ser desenvolvido com jovens de uma comunidade da cidade em que você mora?

7- Você acha que esse tipo de ação social feita pela empresa pode ter impactos positivos nas crianças que são beneficiadas? Se sim, quais?

8- Você gostaria de ser voluntário de um projeto como este?

Sim Não

Por quê?

ANEXO

Anexo 1: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, declaro que fui informado (a), a respeito do objetivo geral da pesquisa intitulada “RESPONSABILIDADE SOCIAL E SEUS RETORNOS PARA A EMPRESA”, que é o de apresentar a motivação do investimento empresarial em responsabilidade social e analisar de que modo se dá o retorno deste investimento para a empresa. Fui igualmente informado (a) que minha participação nesta pesquisa será realizada por meio de respostas a um questionário. Estou também ciente:

- De que existem 02 pesquisadores responsáveis por esta investigação: Ana Elisa Foletto Dotto, aluno (a) da AMF, e Bruna Dallepiane, professor (a) da AMF;
- De que será garantido o direito de sigilo de meu nome e/ou de meu(s) dependente(s) e colaboradores, sendo que em nenhum momento, nem em materiais publicados ou na apresentação oral desta pesquisa, tais identidades serão reveladas, se assim eu desejar;
- De que não existe nenhum risco potencial para mim e/ou dependente (s) e colaboradores;
- A pesquisa não apresenta riscos físicos, morais ou qualquer tipo de constrangimento;
- De que se eu tiver alguma dúvida em relação ao estudo, como questões de procedimentos, riscos, benefícios ou qualquer pergunta, eu tenho direito de obter respostas;
- De que não há obrigatoriedade de participar desta investigação e mesmo depois de iniciada posso desistir sem ser penalizado (a) de forma alguma. E que caso desista o material coletado até o momento a meu respeito ou colaboradores não será utilizado;
- De que os benefícios recebidos serão em termos de produção de conhecimentos acerca dos retornos obtidos pela empresa através das suas ações sociais;
- De meu direito de acesso às informações coletadas e aos resultados obtidos;
- De minha responsabilidade em não falsear as informações e de meu compromisso com o sigilo das informações coletadas nesta investigação;
- Sendo minha participação totalmente voluntária, estou ciente de que durante ou após esta investigação, não terei direito a nenhum tipo de remuneração ou outros benefícios, bem como não terei nenhum tipo de despesas ou prejuízos de qualquer outra ordem.

Considerando-me livre e esclarecido (a), consinto em participar da pesquisa proposta, resguardando ao/aos autor (a/es) do projeto, propriedade intelectual das informações geradas e expressando concordância com a divulgação pública dos resultados.

O presente documento está em conformidade com a Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Será assinado em duas vias, de igual teor, ficando uma em poder do participante da pesquisa e outra em poder do (s) pesquisador (s).

Local e data: _____

Nome do participante: _____

Assinatura do participante: _____

Nome do (s) pesquisador (s) responsável (s): Ana Elisa Foletto Dotto

Assinatura do (s) pesquisador (s) responsável(s): Bruna Dallepiane

Telefone do (s) pesquisador (s) responsável (s): (55) 9904-8868

Endereço para contato: Faculdade Antonio Meneghetti-AMF
Rua Recanto Maestro, 338 Distrito Recanto Maestro – Restinga Seca, RS/Brasil
Tel. (55) 3289-1141 / 3289-1139
E-mail: amf@faculdadeam.edu.br | www.faculdadeantoniomeneghetti.edu.br