

RESPONSABILIDADE SOCIAL: PROJETO DEGRAUS – CRIANÇA

Kleber Pereira dos REIS¹
Ana Paula Santana GIROTO²

RESUMO: Administração com Responsabilidade Social pode ser entendida como a operação de uma empresa de forma a que essa atenda às expectativas da sociedade em termos de respeito à lei, aos valores éticos, às pessoas, à comunidade e ao meio ambiente. Há a percepção de que a prática da responsabilidade social é positiva para os negócios, razão que aliada às pressões de clientes, fornecedores, colaboradores e outros grupos, tem feito aumentar o número de empresas que a estão adotando como fator estratégico para seu sucesso. Dado esse cenário o objetivo deste trabalho é mostrar o reflexo na vida das comunidades quando estão inclusas em um projeto empresarial.

Palavras-chave: Administração. Ética. Responsabilidade Social. Empreendedorismo.

INTRODUÇÃO

O QUE É RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Segundo Fernando Mânica³, 1997:

Responsabilidade social é uma expressão recentemente adotada para referir-se ao modo como o Estado, as empresas e a sociedade se

¹ Graduando em Administração pela Faculdade de Ciências Econômicas e Administração de Presidente Prudente das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo”. Contatos: kleber_p_reis@hotmail.com

² Assistente social especialista em Políticas Sociais e Processos de Gestão. Coordenadora do Projeto de Extensão Degraus – Criança, mantido pelas Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente –

³ Mestre em Direito do Estado pela UFPR e Pós-graduado em Direito do Terceiro Setor pela FGV-SP. Coordenador do Núcleo de Estudos e Pesquisas do Terceiro Setor e Responsabilidade Social do Paraná (NEPETS - UTP). Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=382>.

comportam em suas relações recíprocas. Compõem o conceito de responsabilidade social os padrões de ética, moralidade, transparência e altruísmo que permeiam a conduta dos atores sociais.

Administração com Responsabilidade Social pode ser entendida como a operação de uma empresa de forma que essa atenda às expectativas da sociedade em termos de respeito à lei, aos valores éticos, às pessoas, à comunidade e ao meio ambiente.

FRIEDMAN (1963) – Milton Friedman, ganhador do Prêmio Nobel de Economia em 1976, defende a idéia de que a única responsabilidade das empresas é dar tanto lucro quanto possível aos seus proprietários, e que qualquer posição diferente dessa irá enfraquecer as empresas e o sistema capitalista, culminando com sua destruição.

Contrariando as posições de Friedman, outros autores como DRUCKER (1984) e DAVIS (1975), contribuíram para que as empresas começassem a serem vistas também como co-responsáveis pela melhoria e manutenção do bem estar da sociedade como um todo.

Embora ainda seja muito grande a quantidade de organizações que não desenvolvem projetos dessa natureza e que não estão convencidas da sua relevância, a velocidade com que essas iniciativas se consolidam e ganham espaço indica uma tendência de reversão desse quadro (FISCHER & FALCONER, 1999).

Há a percepção de que a prática das responsabilidades sociais são positivas para os negócios, razão que aliada às pressões de clientes (que se dispõem a cortar seu relacionamento comercial com empresas "irresponsáveis"), fornecedores, colaboradores, investidores, vizinhos e outros grupos, tem feito aumentar o número de empresas de todos os tamanhos e segmentos que a estão adotando.

As empresas que vem praticando responsabilidades sociais estão obtendo resultados positivos principalmente em função de redução de custos operacionais, melhoria de imagem, visibilidade, aumento do volume de vendas, lealdade dos clientes (que passam a confiar na marca) e melhoria dos indicadores de produtividade e qualidade.

A responsabilidade social é um dos temas que requerem algo mais que iniciativas de comunicação e treinamento: educação na área é fundamental, ao

menos para aqueles que ocupam cargos chave na estrutura organizacional. Cursos internos e externos, ministrados de forma convencional ou baseados na internet são ferramentas altamente recomendadas para a prática de responsabilidade social com sucesso.

Para as empresas que realmente praticam Planejamento Estratégico, fica clara a necessidade de que a responsabilidade social seja considerada também quando se está trabalhando no planejamento de médios e longos prazos, analisando seu impacto sobre os projetos e metas, definindo métricas para avaliação de processos, etc. É da natureza humana adotar comportamentos que possam trazer reconhecimento e vantagens materiais. Dada essa realidade, muitas empresas criam programas de reconhecimento e premiação (em dinheiro, presentes, folgas, doações em seus nomes para instituições de caridade), como forma de incentivar seus funcionários a atingirem determinadas metas ou proporem, por exemplo, formas alternativas para evitar desperdícios e práticas poluentes, ou para aqueles que se destacam nas campanhas ecológicas promovidas pela empresa.

Programas como estes podem ser ferramentas importantes para a prática de responsabilidade social, devendo ser considerados durante o processo de planejamento. Fatores de ordem cultural também são importantes.

A prática de responsabilidade social não pode ser desenvolvida em um ambiente onde o empreendedorismo não seja aceito e estimulado. O discurso e a prática devem ser coerentes; o sentimento de que a empresa mantém um discurso acerca de ética e da responsabilidade social apenas com objetivos de melhoria de imagem, pode ser mais danoso do que a certeza de que a empresa simplesmente não se preocupa com responsabilidade social.

Algumas empresas não planejam esses fatores de forma contínua, fazendo com que a Missão e a Visão freqüentemente tornem-se apenas palavras perdidas nos manuais internos. Ao trabalhar com a sociedade, essa situação deve ser modificada, de forma a que essas definições permaneçam atualizadas e sistematicamente difundidas, de forma a refletirem constantemente os objetivos e aspirações da organização e assim servirem como instrumento de orientação na busca desses objetivos.

ORGANIZAÇÕES QUE PRATICAM RESPONSABILIDADE SOCIAL

Pensado no crescimento e no desenvolvimento social da população carente, em especial das crianças que moram próximo à Associação Educacional Toledo de Presidente Prudente, existe hoje um projeto⁴ que trabalha em conjunto com a comunidade e que oferece oportunidade para essas crianças alcançarem um desenvolvimento pessoal e social por meio das diversas oficinas e atividade que participam na referida instituição de ensino. Estamos nos referindo ao Projeto Degraus – Criança.

O Projeto Degraus – Criança é uma iniciativa das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Atende crianças de sete à doze anos de idade que se encontram em situação de risco pessoal e social e residem nos bairros próximos a Toledo, região considerada de exclusão social.

A Toledo, por meio do Projeto Degraus - Criança oferece gratuitamente, oportunidades que auxiliem no desenvolvimento da criança. São realizadas atividades como: aprendendo a aprender (de apoio à escola), aprendendo a ser, artes, caratê, expressões culturais (canto coral, dança e teatro), informática, introdução à língua inglesa e jogos e recreação.

Tais oficinas e atividades são desenvolvidas de terça-feira à sexta-feira por alunos da Toledo que, na condição de extensionistas assumem uma postura de co-responsabilização social, de socialização do conhecimento gerado na faculdade, ainda adquirem uma experiência humanitária de extrema importância ao crescimento pessoal e profissional.

⁴ O Projeto Degraus – Criança não é a única iniciativa da faculdade com essa finalidade, existem hoje, vários projetos de extensão que atuam na perspectiva de socialização de conhecimento e atendimento à comunidade, além de ações que a faculdade desenvolve.

Neste sentido, podemos afirmar que o Projeto Degraus – Criança, além de desenvolver ações protetivas e inclusivas, ofertando ações que contribuam para o desenvolvimento pessoal e social de crianças, que fortaleçam a sua convivência familiar e comunitária e processem a sua inclusão nas políticas sociais básicas, ainda estimula a comunidade acadêmica a conhecer os problemas contextuais (local e regional), elaborar estudos científicos sobre o referido assunto, estabelecendo uma relação de reciprocidade com a comunidade local e difundindo os conhecimentos gerados na Toledo.

Essa proposta expressa de forma clara, o compromisso da Toledo com o enfrentamento dos problemas do cotidiano e demonstra a incorporação progressiva do conceito de responsabilidade social por essa Instituição de Ensino.

Importante ressaltar que a mesma instituição de ensino realiza diversas campanhas e projetos a fim de atuar frente às expressões da questão social, o que mais uma vez demonstra sua seriedade na proposta de responsabilidade social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das grandes dificuldades na implementação de ações sociais está em mensurar precisamente seus resultados. É preciso perceber que eles, normalmente, são indiretos. Por exemplo, um aumento nas vendas pode ser oriundo da atitude mais favorável dos clientes ou a menor incidência de erros de produção e retrabalho pode ser oriunda da maior motivação dos funcionários.

Como, então, medir a influência das ações sociais na atitude dos clientes e na motivação dos funcionários?

Contudo, os indicadores citados, aumento das vendas e diminuição de erros, mais objetivos, podem servir para balizar e avaliar as ações sociais da empresa.

Outro caminho é acreditar que a organização deve tornar-se mais responsável pelo alcance das aspirações de seus diversos públicos de interesse e

que, em contrapartida, eles sentir-se-ão também responsáveis pelo alcance das aspirações da empresa.

Iniciativas como a da Toledo de Presidente Prudente, por meio do Projeto Degraus – Criança devem ser incentivadas e estimuladas por outras empresas, de modo a incorporarem e difundirem a noção e atitude de responsabilidade com o social.

Afinal, vale a pena investir em responsabilidade social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAVIS, Keith. **Five Propositions for Social Responsibility**. Business Horizons. Nova Iorque. Edição de Junho, 1975.

DRUCKER, Peter F. **Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility**. California Management Review. Berkeley. Edição do Inverno, 1984.

FISCHER, Rosa M. e FALCONER, Andrés P. **A atuação social e o estímulo ao voluntariado nas empresas**. Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor. Programa Governamental Comunidade Solidária. Universidade de São Paulo. 1999.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalism and Freedom**. University of Chicago Press, 1963.