

A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DO SEGMENTO ELETROELETRÔNICO DO PÓLO INDUSTRIAL DE MANAUS

Mariomar de Sales Lima*

Neive da Silva Pereira**

Sinopse: O crescente nível de informação e conscientização social vem produzindo mudanças na gestão das empresas e impelindo-as a assumirem novos compromissos que vão além da ordem econômica centrada no mercado, em que a minimização de custos e a primazia do lucro são os objetivos únicos. Com essa visão, a sociedade passou a exigir cada vez mais dos empreendimentos o fornecimento de informações úteis em questões sociais e ambientais. Essas exigências produzem nas organizações a preocupação em vincular sua imagem à noção de responsabilidade social, pois esse termo vem ganhando destaque e popularidade crescentes como uma contribuição à ação transformadora das entidades em benefício da sociedade a qual está inserida. Dado a esse fato, a transparência das ações sociais da empresa permite o fortalecimento de sua imagem e credibilidade ante a sociedade, tornando-se fundamental a compreensão de que o seu relacionamento com a comunidade representa um fator de garantia, estratégia financeira e sobrevivência empresarial, pois nenhuma unidade econômica é capaz de permanecer por muito tempo sem o aceite da sociedade. Com base nesse pressuposto, neste artigo analisam-se as ações de responsabilidade social que vêm sendo realizadas e divulgadas pelas empresas do Pólo Industrial de Manaus por meio de um estudo de caso envolvendo três indústrias pertencentes ao segmento eletroeletrônico de modo a possibilitar um melhor entendimento das seguintes questões: Quais os tipos de ações de responsabilidade social que foram executadas nas empresas em estudo, nos anos de 2002 e 2003? Essas empresas tornam pública a relação de suas atividades de natureza social? As entidades em estudo seguem um modelo padrão como parâmetro para publicação das suas responsabilidades sociais? Espera-se que os resultados deste trabalho possam contribuir para a formulação e implementação de políticas de responsabilidade social.

Palavras-chave: Mudanças na gestão. Informações úteis. Responsabilidade social

* Professora da Universidade Federal do Amazonas. (msl@ufam.edu.br).

** Aluna do Curso de Graduação da Universidade Federal do Amazonas. (neivepereira@bol.com.br).

1 INTRODUÇÃO

As transformações socioeconômicas ocorridas nos últimos anos têm provocado mudanças no comportamento das organizações, alterando a visão exclusiva do aumento da lucratividade para uma ótica de bem-estar social de seus *stakeholders*¹ (FREY; FREY, 2002). Essas mudanças resultam em uma crescente preocupação em apresentar uma imagem positiva do empreendimento, isto é, à noção de responsabilidade social, que consiste não só em atender aos interesses empresariais, como também às ações relacionadas às suas responsabilidades, como a qualidade dos produtos e serviços prestados, preservação do meio ambiente e melhoria de vida dos funcionários e das comunidades.

No Brasil, a discussão sobre o papel das empresas como agentes sociais cada vez mais ganha força, pois, diante de fenômenos como a integração de mercados e a queda de barreiras, as empresas viram-se compelidas a mudarem radicalmente suas estratégias de negócios e padrões gerenciais para enfrentarem os desafios e aproveitarem as oportunidades decorrentes da ampliação de seus mercados potenciais. Além disso, o surgimento de novos concorrentes e demandas sociais veio para conscientizar os empreendedores de que, além de produzirem bens e serviços, devem se responsabilizar pela preservação ambiental e pelo bem-estar social condições imprescindíveis para o sucesso do empreendimento no mercado (SANTANA, 1998).

Com o intuito de contribuir efetivamente para a prosperidade dos empreendimentos e das nações, surge a Contabilidade Social. Devido a ela, os sistemas de informações contábeis se transformam em um conjunto mais amplo, mediante o qual se apresentam não somente relatórios econômico-financeiros, mas também aqueles de caráter social e ambiental, imprescindíveis para análise, controle, avaliação e tomada de decisões no contexto mundial globalizado e de constante mutação, sendo o principal instrumento de divulgação o Balanço Social (KROETZ, 2000).

Esse relatório contábil de natureza não obrigatória foi concebido para permitir a divulgação anual de um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais direcionadas a empregados, acionistas, investidores, analistas de mercado, comunidade e meio ambiente. Representa, assim, uma ferramenta útil para medir a capacidade de explicitar a preocupação da empresa com a sociedade, através de ações desenvolvidas no sentido de torná-la

¹ Todas as pessoas que, de alguma forma, tenham algum interesse sobre a empresa.

melhor, demonstrando, por meio de um conjunto de informações, a responsabilidade empresarial com o bem-estar coletivo (FREIRE, 2003).

Porém, devido aos problemas metodológicos existentes na mensuração dos impactos sobre a circulação de riquezas entre a entidade e a sociedade, bem como a não obrigatoriedade legal no país da prática de elaboração e divulgação do Balanço Social (TINOCO, 2001), e, principalmente, a inexistência de um modelo de divulgação único a ser seguido, verifica-se um número inexpressivo de empresas que divulgam informações de natureza social.

Ante a essa constatação, este artigo toma como referência os conceitos de Responsabilidade Social e de Balanço Social para analisar as ações de responsabilidade social que vêm sendo realizadas e divulgadas pelas empresas do Pólo Industrial de Manaus, por meio de um estudo de caso envolvendo três indústrias pertencentes ao setor eletroeletrônico, as quais foram designadas por nomes-fantasia de “Empresa A”, “Empresa B” e “Empresa C”.

Com os resultados aqui apresentados, espera-se contribuir para com a formulação e implementação de políticas de responsabilidade social trazendo resposta aos seguintes questionamentos: Quais os tipos de ações de responsabilidade social que foram executadas nas empresas em estudo nos anos de 2002 e 2003? Essas empresas tornam pública a relação de suas atividades de natureza social? As entidades em estudo seguem um modelo padrão como parâmetro para publicação das suas responsabilidades sociais?

2 AS POLÍTICAS SOCIAIS DAS EMPRESAS A, B E C

Segundo o Instituto Ethos (2005), a responsabilidade social significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos, isto é, uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Para esse instituto, uma empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e de conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas.

Relativamente aos aspectos interativos mencionados, durante a realização desta pesquisa, notou-se que no decorrer dos anos as empresas têm se preocupado em executar atividades

direcionadas aos seus colaboradores e à comunidade, bem como aos programas de preservação ambiental, entendendo que todos os envolvidos na continuação da companhia devem ser valorizados.

2.1 POLÍTICAS SOCIAIS ENVOLVENDO OS COLABORADORES

No caso da “Empresa A”, as políticas sociais dirigidas aos seus colaboradores incluem: a) desenvolvimento do Programa de Participação nos Resultados, que garante até dois salários nominais para cada colaborador, caso sejam alcançadas as metas anuais de lucro operacional sobre a venda líquida; b) educação dos colaboradores, através do reembolso de 50% das mensalidades de Cursos de Graduação e Pós-Graduação, 100% para língua estrangeira e inscrição no vestibular; c) Programa Gestão de Talentos para funcionários que estão cursando nível superior; d) Programa Anual de Treinamento, que atende às habilidades necessárias de cada colaborador de acordo com o seu plano de carreira, entre elas a disseminação de valores, prática de gestão, liderança e treinamentos técnicos; e) Plano de Saúde, custeado 100% pela entidade; f) custeamento de despesas com medicamentos para empregados afastados por acidentes de trabalho ou portadores de patologias crônicas, cujo custo com remédios comprometa mais de 30% da renda mensal.

A comunicação interna tem sido uma ferramenta poderosa no processo de integração e interação entre colaboradores, chefias e diretoria na empresa. Baseada nos princípios da gestão participativa, a empresa mantém variados canais de comunicação para buscar o aperfeiçoamento contínuo por meio da troca de experiências. Visando proporcionar uma maior interação entre funcionários e gerência, foi criado o programa “Café com o Gerente”, destinado a fortalecer as relações no trabalho contribuindo para uma melhora significativa da produtividade da organização. Em cada encontro, dez colaboradores são escolhidos, por meio de sorteio para participar de eventos. Em 2003, aconteceram 15 eventos envolvendo 140 funcionários.

Em se tratando da “Empresa B”, destaca-se a política de Recursos Humanos, a qual possui dois principais objetivos: assegurar a obtenção de capital humano alinhado com as estratégias de negócios e desenvolver talentos para impulsionar o contínuo crescimento da entidade. As ações e os programas de desenvolvimento de pessoas buscam crescente participação e comprometimento com os valores, as políticas e os objetivos dessa empresa. Um dos princípios é o estímulo à

capacitação técnica e gerencial. Em 2003, por exemplo, houve um aumento de 54% no número de funcionários inscritos em cursos de especialização, pós-graduação, mestrado e idiomas.

Para tanto, a empresa efetuou um levantamento prévio das necessidades de treinamento e desenvolvimento com foco nas competências profissionais dos executivos. A partir da análise qualitativa dos dados obtidos durante entrevistas e das necessidades para o cargo, foram desenhados programas específicos para facilitar a gestão de pessoas. Somente em 2003, os investimentos em educação, treinamento e desenvolvimento de pessoal somaram cerca de R\$ 1,3 milhão. Foram 184 mil horas-aula, com 4.725 participantes, o equivalente a 39 horas por treinando. A empresa também possui um Centro de Treinamento de Informática no qual foram treinadas 5.389 pessoas, incluindo funcionários e comunitários, com investimento de R\$ 2,6 milhões em cursos técnicos de *software* e *hardware*.

Além dos investimentos mencionados, a Empresa B mantém programas destinados a estagiários e *trainees*, nos quais estudantes com alto potencial são recrutados e selecionados para trabalharem na organização. O objetivo dos programas é propiciar aos estudantes a complementação educacional, mediante a vivência prática dos conhecimentos adquiridos e, ao mesmo tempo, possibilitar a renovação e o enriquecimento do quadro de pessoas nas diversas áreas da empresa.

A partir dessas ações, a empresa mantém em seu quadro de pessoal (composto por 5.081 funcionários) uma combinação de profissionais jovens e experientes e com alto índice de escolaridade, conforme se visualiza nos Gráficos 1 e 2.

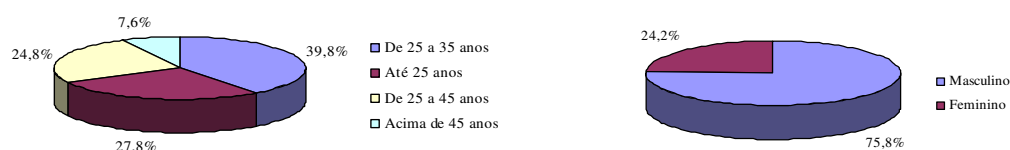


Gráfico 1 - Faixa Etária e Sexo de Funcionários da Empresa B

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

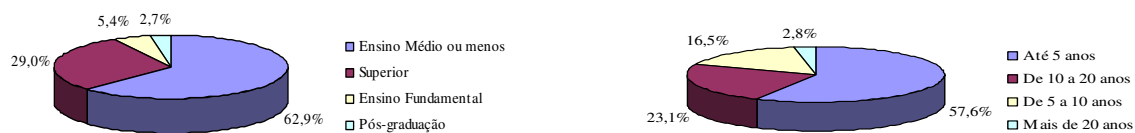


Gráfico 2 - Gráfico Grau de Instrução e Tempo de Empresa de Funcionários da Empresa B

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

A exemplo da Empresa A, os colaboradores da Empresa B também contam com Plano de Previdência Privada. No final de 2003, eram 3.667 participantes ativos, 92 vinculados e 2 assistidos no Plano de Contribuição Definida, além de 75 ativos, 9 vinculados e 31 assistidos pelo Plano de Benefício Definido.

Ao se tratar da remuneração de seus colaboradores, em 2003, entre salários e encargos sociais, a Empresa B destinou R\$ 207,9 milhões acrescidos de R\$ 918 mil em participação nos resultados. A concessão de benefícios engloba assistências médica e odontológica, auxílios alimentação e creche, seguro de vida em grupo, transporte e cesta básica, itens para os quais foram destinados R\$ 22,6 milhões durante o ano de 2003.

Em um trabalho integrado de treinamento, prevenção e conscientização, as áreas de Segurança e Medicina do Trabalho desenvolvem diferentes iniciativas com o objetivo de contribuir para uma vida mais segura e saudável de seus colaboradores. Uma linha de atuação envolve os treinamentos específicos, que enfatizam a importância da prevenção de acidentes. Os integrantes da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) também receberam treinamentos que somaram 200 horas. Em outra frente, as Semanas Internas de Prevenção de Acidentes (Sipats) deram ênfase à conscientização para segurança e aos hábitos de vida saudável.

Ainda em 2003, a Empresa B implantou o programa de qualidade de vida “Viva Bem”, que busca incentivar a adoção de hábitos mais saudáveis e desenvolver iniciativas para a promoção da saúde, além de atividades físicas, recreação, lazer, esporte e cultura dos funcionários. Com foco no bem-estar dos empregados, foi criado o Programa de Ginástica Laboral, destinado aos profissionais que atuam nas áreas de produção de micros, placas e

automações. O resultado dessa atividade é expresso pelas melhorias apontadas pelos próprios funcionários no bom desempenho das atividades.

Com o objetivo de incentivar a cultura, a Empresa B criou o “Programa de Incentivo à Leitura”, disponibilizando livros para empréstimos, e de incentivar a prática de atividades esportivas, campeonatos e jogos entre funcionários.

Por sua vez, a Empresa C também demonstra se preocupar com o talento humano como um fator diferencial de competitividade. Por isso, investe na formação e desenvolvimento dos seus colaboradores, por meio de um programa de educação considerado como um dos grandes destaques dessa empresa. Essa entidade cobre 100% do custo dos cursos, de nível fundamental à pós-graduação. Em 2003 freqüentaram cursos de graduação e pós-graduação 280 funcionários. No ensino médio e técnico estudaram 50 deles.

Para promover a qualificação de seus funcionários, em 2003, a empresa investiu cerca de R\$ 120 mil em cursos e treinamentos, somando 84 mil horas de treinamentos no total. Entre as atividades ocorridas no ano, destacou-se o desenvolvimento de equipe, o aprimoramento no atendimento ao cliente e cursos nas áreas de meio ambiente, saúde e segurança.

Ao se levar em conta que 86% dos executivos da empresa são ex-estagiários, *ex-trainees* ou tiveram oportunidade de crescimento interno, pode-se perceber a importância dos jovens profissionais dentro da empresa. Em 2003, 30 novos estagiários ingressaram nas áreas técnica, administrativa e industrial, e 12 foram efetivados na entidade.

Uma outra ação de destaque entre as políticas sociais diz respeito aos resultados alcançados pela Empresa C, os quais foram obtidos com a participação dos colaboradores e são distribuídos através do Programa nos Resultados (PAR). Em 2003, esse programa distribuiu em média o equivalente a 1,23 salários nominais a cada funcionário.

Também merece destaque a existência de um plano de saúde próprio com rede de serviços credenciados, atendendo mais de duas mil pessoas por ano. O sistema oferece consultas, serviços ambulatoriais, atendimentos de emergência, exames especializados e internações hospitalares. Dispõe ainda de assistência médica, hospitalar e odontológica para todos os funcionários.

O fornecimento gratuito de transporte e refeição é outro diferencial. Os colaboradores das Unidades de Manaus e Canoas são transportados, em uma frota contratada, no início e término da jornada de trabalho, com itinerários diferenciados e que contemplam a todos os seus usuários. Nessas mesmas unidades fabris, a empresa oferece gratuitamente lanche, no início do expediente, em refeitórios próprios. Essas refeições são preparadas de maneira balanceada com

acompanhamento de nutricionista. É oferecido também um cardápio *light*. A dietoterapia atende, em média, 100 colaboradores através de um programa de educação alimentar. Os resultados são diminuições dos casos de hipertensão, aprendizado de como se alimentar de maneira apropriada e redução do peso.

Além das ações mencionadas, a entidade se preocupa com a redução de acidentes de trabalho. De 2000 até 2003, a queda no índice foi de 36%. Esse resultado sinaliza a importância da prevenção de acidentes na empresa, enfatizada na Semana Interna de Prevenção de Acidentes, que educa os colaboradores em relação aos possíveis danos e à valorização da vida.

A empresa também se interessa em conhecer o grau de satisfação dos funcionários através da comunicação. Para tanto, criou o programa “Diálogo”, um canal confidencial para sugestões, críticas e comentários que são encaminhados à Direção pela coordenação desse programa, através de carta, telefone ou, ainda, pessoalmente. Em 2003, o programa implementou cerca de dez sugestões de melhorias sugeridas pelos colaboradores.

Os 957 colaboradores da Empresa C se caracterizam por um perfil participativo e dinâmico, correspondendo às expectativas e oportunidades fornecidas pela empresa. Os índices de escolaridade e tempo de casa vêm crescendo ao longo dos anos, o que demonstra o sucesso das políticas adotadas.

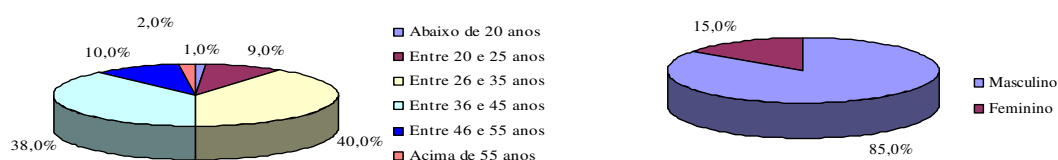


Gráfico 3 - Faixa Etária e Sexo de Funcionários da Empresa C

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

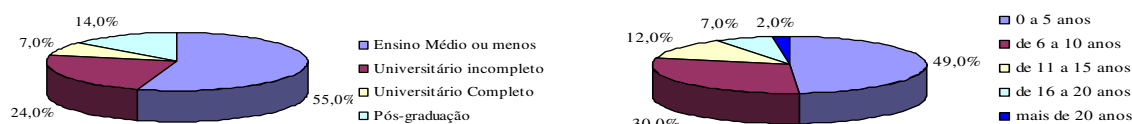


Gráfico 4 - Grau de Instrução e Tempo de Empresa de Funcionários da Empresa C

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

2.2 POLÍTICAS SOCIAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE

Concernente à atuação com a comunidade, a Empresa A incentiva seus colaboradores a participarem de programas voluntários, fornecendo subsídios para eles contribuírem por meio de suas habilidades individuais com as instituições sociais. Para tanto, a empresa mantém o programa “MultiCidadão”, desenvolvido por meio de trabalho voluntário e participação em eventos beneficentes na comunidade amazonense. Em 2003, eram cerca de 90 voluntários inscritos, representando 12% dos colaboradores da empresa.

Em 2002, o “MultiCidadão” contou com vários eventos, como o “Natal da Comunidade”. Na oportunidade, foi oferecido um dia de festa para uma comunidade carente da cidade de Manaus, beneficiando 202 famílias. Além disso, houve distribuição de brinquedos para mais de 120 crianças, contando com a participação de 44 voluntários.

A referida empresa também apoiou os programas educacionais da Associação Junior Anchievement, que tem como objetivo despertar no jovem, ainda na escola, o espírito empreendedor, proporcionando uma visão realista da economia e dos negócios, a partir da participação voluntária dos executivos da empresa e de outras 23 empresas associadas, resultando, no final de 2003, 14.150 alunos beneficiados.

As ações da Empresa A voltadas para o desenvolvimento da cidadania também alcançaram bons resultados em 2003, destacando três projetos: Amigos da Vida (Fundação Hemoam), Unidade Móvel de Qualificação (Força Sindical) e Festival Amazonas Filme do Minuto (Secretaria Estadual de Cultura). O projeto “Amigos da Vida” consiste em sensibilizar outras organizações empresariais e a comunidade sobre as dificuldades da Fundação Hemoam para consolidar seus projetos sociais. Para isso, contribui mensalmente com o pagamento de uma bolsa de estudo para um estagiário de Comunicação Social, além de participar da campanha de doação de sangue.

A empresa é parceira da Força Sindical na Unidade Móvel de Qualificação Profissional. Um ônibus equipado como sala de aula oferece cursos técnicos, tais como Mecânica, Informática, Corte e Costura, Eletricidade Básica, Soldador entre outros. A unidade atua em comunidades carentes, oferecendo cursos para pessoas desempregadas. Em 2003, beneficiou cerca de 1000 pessoas, cada uma delas participou de um curso de 30 horas de treinamento.

Ao lado de outros cinco parceiros, a empresa patrocinou o projeto “Amazonas Filme do Minuto”, uma oportunidade para a revelação de novos talentos na área cinematográfica. Em

2003, o projeto teve 103 filmes inscritos e um público em torno de 5.000 pessoas. Foram oito exposições nacionais, nove internacionais e 50 regionais.

Já na Empresa B, dois projetos sociais foram destacados no “Guia da Boa Cidadania Corporativa”, da revista Exame: o apoio, em 27 estados, à Biblioteca Digital Multimídia do Instituto Embratel, na categoria cultura, e o patrocínio à reforma do Parque Piqueri, na zona leste de São Paulo, na categoria meio ambiente.

A empresa é sócia da Fundação Abrinq, contribuindo mensalmente com projetos e programas desenvolvidos pela entidade. Além disso, colabora com o projeto “Empresa Solidária”, da Associação de Pais e Amigos de Excepcionais, de Jundiá.

Além dessas iniciativas, destaca-se a criação do projeto “De Olho no Computador” destinado inicialmente para os filhos dos funcionários. Posteriormente, o curso foi estendido a crianças da creche Cristo Rei, em São Paulo. O projeto também busca incentivar a participação dos funcionários que atuam como instrutores voluntários nas aulas, que são realizadas aos sábados. Em 2003, participaram do projeto 99 filhos de funcionários e 34 crianças, de 11 a 14 anos, da creche. Na mesma época, as crianças da creche foram convidadas a conhecer a fábrica de micros, placas e automações.

A Empresa B também colabora com o projeto Solução Interativa de Aprendizado, um novo conceito que está sendo implantado nas escolas públicas da região sudeste, que visa o uso da tecnologia em sala de aula. Também desenvolve programas de visitas à comunidade, direcionados especialmente para escolas das regiões onde estão instaladas as unidades de produção. O objetivo é permitir que alunos conheçam, com a vivência prática, o processo produtivo da entidade. Em 2003, foram recebidos 919 alunos de 22 escolas. Além de jovens, um grupo da terceira idade esteve na unidade Tatuapé para conhecer a linha de montagem de microcomputadores, pois, no mesmo período, os 24 visitantes concluíram um curso de informática no SESC.

Realizado em julho de 2003, na unidade paulista, no período das férias escolares, o projeto Férias teve como objetivo permitir que os filhos de funcionários conhecessem o local de trabalho de seus pais. A iniciativa buscou envolver e conscientizar as crianças sobre a questão ambiental – com a confecção de brinquedos a partir de sucata e com a coleta seletiva do lixo – e também sobre responsabilidade social – com a doação de um brinquedo. Participaram 205 crianças, de 6 a 11 anos, que doaram 245 brinquedos entregues ao projeto “Meu Guri”, uma

associação criada em parceria entre trabalhadores e empresários e que atende crianças em regime de abrigo.

Desenvolve-se na empresa o programa “Sou Voluntário”, que busca mobilizar e conscientizar os funcionários sobre a importância da participação social e do exercício de cidadania, destacando os impactos positivos da ação voluntária. Em 2003, divulgaram-se depoimentos e histórias de funcionários que são voluntários em asilos, creches e organizações não-governamentais.

Como parte dos projetos de incentivo à cultura na comunidade, a empresa apóia o projeto “Biblioteca Digital Multimídia”, do Instituto Embratel. Com a ajuda da Internet e de videoconferências, o projeto pretende levar acervos históricos das mais importantes bibliotecas do país a 200 bibliotecas públicas nos 27 estados brasileiros. Um dos principais objetivos é disponibilizar, para toda a população, o acervo digitalizado pelo projeto, que inclui o conteúdo da “Biblioteca Sem Fronteiras” da Fundação Biblioteca Nacional, que pode também ser consultada por portadores de deficiência visual. Prevê ainda ampliar o acervo digital de todas as bibliotecas públicas estaduais e municipais participantes.

Assim como as Empresas A e B, a Empresa C incentiva seus funcionários à ação voluntária. No Dia do Voluntariado, os colaboradores trabalharam em um sábado, durante três horas, para produzirem equipamentos que seriam destinados à doação. Foram produzidos aparelhos de ar condicionado que, atualmente, climatizam o Hospital da Criança Santo Antônio, em Porto Alegre. O hospital beneficiado foi reinaugurado em um novo prédio, com a ajuda da comunidade e da iniciativa privada. A solidariedade nesse dia foi maior, pois os colaboradores também realizaram um mutirão para arrecadar leite em pó e roupas para as crianças do hospital.

O “Grupo Solidariedade”, outro projeto social desenvolvido pela empresa, formado por colaboradores voluntários, realiza mutirão de fim de ano com entrega de presentes para crianças carentes. Além disso, durante o inverno, o grupo recolheu agasalhos que foram doados à comunidade. Dessa forma, constata-se que nas três empresas há uma preocupação com as expectativas do público, já que todas elas utilizam seus recursos humanos, físicos e econômicos para fins sociais mais amplos, e não simplesmente para satisfazer interesses de pessoas ou organizações em particular.

A oferta de cursos técnicos à comunidade é outro destaque das políticas sociais da referida empresa. Em 2003, formaram-se 63 adolescentes em técnicos de mecânica em refrigeração em sua Escola Técnica, que funciona dentro da fábrica de Canoas, em quatro anos de participação no

Projeto Pescar. Anualmente, 16 candidatos são selecionados para o programa. Além das aulas técnicas, os alunos recebem lições de informática, inglês, artes, economia doméstica e cidadania.

A participação da entidade em feiras universitárias leva a futuros profissionais informações sobre seu mercado, programas de estágios, *trainees* e oportunidades de ingressar na empresa. Em 2003 participou da Feira de Encaminhamento Profissional da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

O programa de visitas externas recebeu aproximadamente 1.100 pessoas em 2003. Mensalmente, a empresa recebe universidades, clientes, filhos de funcionários, associações de classe e entidades em geral que vêm conhecer as políticas e práticas dessa organização.

Como se observa, o relacionamento social das Empresas A, B e C é expresso pela prática das ações compartilhadas com a comunidade, inferindo-se que essas organizações podem ser consideradas socialmente responsáveis, pois além de apoiarem e participarem diretamente de projetos sociais, destinam verbas e recursos a instituições e projetos sociais, contribuindo para a disseminação de valores educativos e para a melhoria das condições comunitárias.

2.3 POLÍTICAS SOCIAIS DIRECIONADAS AO MEIO AMBIENTE

O enfoque sobre responsabilidade social aplicado à questão ambiental trata dos investimentos relacionados à produção/operação da empresa, a investimentos em programas e a projetos externos. As empresas ambientalmente responsáveis devem gerenciar suas atividades de maneira a identificar os impactos ambientais, buscando minimizar os negativos e maximizar os positivos.

Nesse aspecto, a prática de desenvolvimento sustentável é um compromisso assumido na Empresa A, uma vez que os seus indicadores de desempenho (Tabela 1) apontam um avanço considerável, porquanto em 2003 a empresa não recebeu nenhuma notificação de órgãos ambientais, mas no ano anterior recebeu apenas uma. Verifica-se também que, em 2003, o índice de resíduos para aterro sanitário alcançou uma grande redução, assim como o índice de eficácia no tratamento de efluentes. Além disso, o consumo de energia elétrica vem caindo, embora a produção de bens venha aumentando.

Tabela 1
Indicadores de Desempenho Ambiental da Empresa A

Indicadores de Desempenho Ambiental	2000	2001	2002	2003
a) N° de Notificações	4	2	1	0
b) Índice de resíduos para aterros sanitários	210 t	135 t	61 t	38 t
c) Índice de eficácia no tratamento de efluentes		92%	93%	92%
d) Consumo de Energia (KWh/t)	2.642	2.432	2.612	2.558

Fonte: Balanço Social 2003 da Empresa A.

Para a obtenção dos citados índices, vários mecanismos de conservação ambiental são utilizados pela unidade fabril em consonância com as normas ISO 14000 implantadas em 1999. Assim, a empresa adotou sistema de coleta seletiva de lixo, reduziu o consumo dos recursos naturais, como água e energia elétrica, bem como a produção de resíduos não perigosos enviados para o aterro sanitário, através do método 3R (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), do sistema de gerenciamento de resíduos sólidos e líquidos, monitoramento das emissões atmosféricas, de entrada de produtos químicos danosos e análise do solo.

Essas ações implementadas apresentaram resultados bastante satisfatórios, com destaque para redução de 25% no consumo de água; reciclagem e reutilização ou tratamento adequado de 95% de todo o resíduo gerado (apenas 5% dos resíduos não-perigosos gerados são enviados para aterro sanitário), além disso, é feito o tratamento de 100% dos efluentes líquidos.

Com base nesses índices, o objetivo da entidade, a saber, é elevar o nível de conscientização ambiental de seus colaboradores, foi alcançado, como mostra a Pesquisa de Clima Organizacional, realizada em 2003, em que 98% dos colaboradores manifestaram compromissos de conservar o meio ambiente.

Em junho de 2003, foi realizada a 1ª Semana Interna de Meio Ambiente em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente (5 de junho). Na programação, foram apresentados, desfile de moda com materiais recicláveis, gincana ambiental, sorteio de passeios ecológicos, distribuição de mudas de plantas frutíferas e ornamentais e a peça teatral “Mãe Natureza”.

Os produtos que a Empresa B fabrica são criados para tornar a vida mais fácil e confortável, mas sem descuidar da utilização racional de recursos, de soluções não-poluentes, de processos industriais limpos e de programas de preservação da natureza. Esse comprometimento foi reconhecido em 2003 pela certificação ISO 14001, que atesta padrões de excelência em gestão ambiental, nas unidades de São Paulo e Manaus, concedida pela Fundação Vanzolini.

O cronograma de implantação do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) inclui o treinamento de multiplicadores, responsáveis por divulgar o programa de certificação a todos os funcionários. Em 2003, foi iniciado o Programa de Conscientização para a Preservação da Natureza, fundamentado nos 3Rs e destinado a implementar ações para reduzir a utilização de recursos naturais. A divulgação é feita por meio de palestras, faixas, *banners* e informativos nos murais e na *Intranet*.

A racionalização do uso de recursos naturais envolveu diversas iniciativas das unidades, buscando reduzir o consumo de água, energia elétrica e combustível, além de adotar alternativas menos poluentes. Um exemplo foi a substituição do sistema de alimentação do gerador de vapor na unidade Jundiaí, com a troca de óleo por gás natural. A mudança, além de reduzir as emissões de gases poluentes na atmosfera, propiciou uma economia mensal de 25% no custo dos insumos.

A área de gestão ambiental da unidade Jundiaí, desenvolveu um novo processo de tratamento de efluentes e, a partir da alteração de sua composição, foi realizada uma nova classificação e segregação dos resíduos sólidos gerados. Com isso, o lodo galvânico passa a ser acondicionado em caçambas e transportado para aterros adequados.

A referida empresa patrocinou a revitalização do Parque do Piqueri, que é vizinho de uma das unidades instaladas em São Paulo. A iniciativa, desenvolvida em parceria com outros órgãos da cidade, teve o objetivo de colaborar com a preservação do meio ambiente e apoiar a relação da comunidade com o espaço público, como um dos compromissos da organização.

Já o compromisso da Empresa B com o Meio Ambiente baseia-se nos seguintes princípios: a) atender a legislação ambiental aplicável, as normas regulamentadoras e os demais requisitos subscritos pela organização; b) prevenir a ocorrência de poluição e assegurar melhoria contínua em decorrência de suas atividades; c) gerenciar os resíduos industriais, otimizando a reciclagem dos mesmos; d) estabelecer, revisar e acompanhar os objetivos e metas ambientais; e) disseminar ações para educação ambiental, buscando o comprometimento de seus colaboradores internos e externos para atuarem com responsabilidade na conservação do meio ambiente, e f) manter contínua comunicação das questões do meio ambiente com as partes interessadas.

Para a Empresa C, o comprometimento com a integridade e preservação do meio ambiente é primordial, sendo desenvolvido através dos propósitos contidos no programa “Meio Ambiente, Segurança e Saúde” (MASS). Desde o ano de 2002, o acompanhamento do consumo de água e energia elétrica, dentro de uma das Unidades instaladas no Rio Grande do Sul, passou a ser *on-line*. Foram implantados sensores em todos os pontos de entrada e saída de água. Assim,

os vazamentos podem ser detectados com muito mais agilidade. O resultado foi de 20% na redução do consumo anual de água comparado ao ano anterior. O gerenciamento da energia elétrica também é realizado pelo computador, o que permitiu reduzir a compra mensal contratada, passando de 11.550MWH para 10.431MWH.

A coleta seletiva de lixo é uma constante preocupação da empresa no intuito de preservar o meio ambiente e conscientizar os colaboradores quanto a danos à saúde. Além disso, a organização mantém a Estação de Tratamento de Efluentes (ETE), que tem por finalidade tratar as águas dos processos industriais e esgoto sanitário, contribuindo para a conservação dos rios.

Em uma das fábricas do Rio Grande do Sul, 113 pinheiros precisaram ser cortados, pois suas palhas causavam danos nos prédios vizinhos. Como forma de preservação ambiental, em seus lugares foram plantadas cinco árvores nativas para cada pinheiro retirado.

Dessa forma, as empresas em estudo assumem compromissos com os princípios de desenvolvimento sustentável, pois buscam as inovações tecnológicas, sempre com foco na produtividade e qualidade de vida da população. A conscientização ambiental das empresas analisadas é a base para uma atuação proativa na defesa do meio ambiente, que é acompanhada pela disseminação dos conhecimentos e intenções de proteção e prevenção ambiental para a sociedade.

O Balanço Social sugere divulgação das informações, no que diz respeito ao valor adicionado distribuído pelas empresas. A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) trata-se de um demonstrativo contábil, cuja principal função é explicitar a geração de riqueza da empresa e sua distribuição por *stakeholders*.

3 DIVULGAÇÃO DAS ATIVIDADES DE NATUREZA SOCIAL

Todas as informações relativas à responsabilidade social das empresas pesquisadas estão inseridas no Balanço Social publicado anualmente. Este documento tem a função de tornar públicas as informações econômicas, financeiras e sociais no desempenho das organizações, propiciando uma visão completa da participação e contribuição social e econômica da empresa no seu local de atuação.

No caso da Empresa A, constatou-se, em 2003, um crescimento de 58,54% da receita líquida da empresa em comparação ao ano anterior, perfazendo um total de R\$ 109,7 milhões. A percentagem voltada para o governo foi de 15%, o que corresponde a R\$ 6.314.000,00 do total da

DVA. Os colaboradores conquistaram 51%, ou seja, R\$ 21.649.000,00, enquanto os financiadores ficaram com 6%, ou melhor, R\$ 2.508.000,00. Diferente do ano anterior, o valor retido foi positivo, permanecendo na faixa de 28% ou R\$ 11.633.000,00.

A Empresa B distribuiu seu DVA, em 2003, da seguinte forma: 43,3% de toda receita arrecadada foram para os Trabalhadores; 42,2% para o Governo; os Financiadores e Acionistas ficaram, respectivamente, com 12,1% e 2%. E por fim foram transferidos para Reservas 0,4% da receita total. Totalizando um Valor Adicionado a distribuir de R\$ 438,4 milhões.

Já a Empresa C somente divulgou o total do Valor Adicionado a distribuir, que em 2003 totalizou R\$ 101.758,00, o que significou 43% menor que o ano de 2002 (R\$ 178.553,00).

Com respeito ao relatório de divulgação de suas atividades sociais, todas as empresas seguem como parâmetro o modelo de Balanço Social criado pelo Instituto Brasileiro de Análises Econômicas e Sociais (IBASE). Segundo esse Instituto, o principal objetivo do uso do Balanço Social é a sua utilização de ações empresariais responsáveis como instrumento fomentador, visando minimizar a pobreza, a exclusão e as injustiças sociais. Assim, pode-se afirmar que o processo de construção de uma nova mentalidade e de novas práticas no meio empresarial está em curso.

O modelo sugerido pelo IBASE correlaciona fatores sociais das empresas estudadas em forma quantitativa e qualitativa, através de Indicadores Econômicos, Indicadores Sociais Internos e Externos, Indicadores Ambientais e outras informações relevantes à prática da cidadania empresarial. Os dados que formam os Indicadores Econômicos das três empresas pesquisadas indicam o valor do faturamento líquido (receita bruta, menos impostos e deduções), receita operacional (resultado antes das despesas e receitas operacionais) e o valor total na folha de pagamento dos funcionários, conforme visualiza-se na Tabela 2.

Tabela 2

Indicadores Econômicos das Empresas A, B e C

Indicadores Econômicos (R\$ mil)	Empresa A	Empresa B	Empresa C
Receita Líquida (RL)	109.723	1.275.981	523.139
Receita Operacional (RO)	12.534	10.751	62.763
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	7.771	156.279	33.563

Fonte: Balanço Social 2003 das Empresas A, B e C.

Os dados apresentados pelas empresas demonstram as informações quanto aos faturamentos alcançados no ano de 2003, pois é a partir desse montante que se verifica o quanto vai ser destinado às atividades, a programas e a eventos de natureza social.

Em seguida divulgam os Indicadores Sociais Internos que são as ações, os benefícios e os investimentos que as entidades realizam para seus funcionários. Os itens sugeridos são: alimentação, saúde, educação, previdência privada, segurança e medicina do trabalho, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches/auxílio creche, participação nos lucros ou resultados e outros.

Consoante às colocações anteriores, infere-se que as ações realizadas pelas três empresas caracterizam-se como de Responsabilidade Social conceituada por Freire (2003), como sendo a avaliação e responsabilidade corporativa, ou seja, o comprometimento dos empresários de adotar um compromisso ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida dos seus empregados, de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo.

4 CONCLUSÃO

Este artigo teve como objetivo examinar as ações de responsabilidade social que vêm sendo realizadas e divulgadas pelas empresas do segmento eletroeletrônico do Pólo Industrial de Manaus. A partir desse pressuposto, selecionaram-se três unidades de análise, as quais permitiram que fossem coletados dados com peculiaridades inerentes a cada uma delas. Após a análise desses dados foi possível formular as seguintes conclusões sobre a responsabilidade social, as quais foram exploradas com maior detalhamento nas seções anteriores, apresentando-se aqui apenas uma síntese do estudo.

As ações de responsabilidade social que foram executadas pelas Empresas A, B e C, no período de 2002 a 2003, são aquelas destinadas a promover o bem-estar social, entre as quais se destacam: programas anuais de treinamento e capacitação profissional, planos de saúde sem ônus para os empregados, ambulatório médico com ambulância própria, custeamento de medicação para empregados afastados por acidente de trabalho, entre outras.

Essas empresas destinam um percentual de seu faturamento para as diversas ações que são realizadas, como eventos e projetos de natureza social. Essas ações são definidas conforme a

comunidade a que se destina. A partir da definição das ações, são efetivadas as atividades a serem desenvolvidas na sociedade interna e externa e na preservação do meio ambiente.

Assim, fica evidente a preocupação das empresas A, B e C em valorizar seus colaboradores proporcionando-lhes bem-estar, satisfação no ambiente de trabalho, acesso à saúde, alimentação de qualidade, previdência social privada, capacitação/desenvolvimento profissional, segurança no trabalho e outros benefícios, assegurados ou não por lei, para manter e elevar o nível de satisfação destes beneficiários e dependentes.

O relacionamento das empresas pesquisadas com seus consumidores e clientes é visto como cada vez mais intenso e eficiente, garantindo um retorno satisfatório para ambos. A comunicação com estes é transformada em ferramenta de melhoria contínua dos produtos e serviços oferecidos, ampliando o nível de satisfação de todos os envolvidos.

As Empresas B e C têm uma grande preocupação na escolha de seus fornecedores, levando em conta o relacionamento com a questão social. Na contratação de bens e serviços são observados aspectos legais, como: situação trabalhista, fiscal, tributária e principalmente, a conduta ética, social e ambiental dos fornecedores.

Dessa forma as empresas analisadas são consideradas socialmente responsáveis por terem a preocupação de realizar atividades de natureza social para seus colaboradores e comunidade em geral, entendendo que todos os envolvidos na continuação da companhia devam ser valorizados.

No aspecto relacionado à divulgação, verificou-se que as empresas analisadas têm a preocupação de tornar públicas as relações das atividades de natureza social por elas desenvolvidas. Todas as informações a esse respeito estão compostas no relatório de Balanço Social de cada organização, o qual é publicado anualmente e distribuído aos funcionários.

O Balanço Social das Empresas A, B e C é identificado como um instrumento de medição que permite conhecer, em termos quantitativos e qualitativos, os resultados da administração socioempresarial, comparando os objetivos, realizando as ações necessárias e planejando as metas para os períodos futuros. Todas as empresas seguem como parâmetro para publicação de suas relações sociais o modelo de Balanço Social criado pelo Instituto Brasileiro de Análises Econômicas e Sociais (IBASE).

Este documento tem a função de tornar públicas as informações econômicas, financeiras e sociais no desempenho das organizações, propiciando uma visão completa da participação e contribuição social e econômica da empresa no seu local de atuação.

Além desse relatório impresso, os dados referentes ao Balanço Social dessas empresas são divulgados na Internet, através de *sites* próprios, nos quais as informações estão disponíveis à sociedade em geral.

Em uma análise comparativa dos fatores sociais em forma quantitativa, tem-se uma visão do valor que as instituições investem no social e qual setor é mais contemplado com as práticas beneficentes. De acordo com a pesquisa realizada, verifica-se que a Empresa A se destaca como a entidade que mais se compromete com a responsabilidade social, investindo na sociedade, com intuito de resultar em crescimento e respeito empresarial.

As ações sociais que a Empresa A desenvolve para beneficiar sua sociedade interna têm sido um veículo de qualificação e valorização do seu quadro pessoal, resultando na satisfação de ambos. Pensando numa sociedade mais digna e reconhecida, esta empresa se compromete em minorar as preocupações sociais, por meio de investimentos na saúde, educação, cultura e outros projetos em favor da comunidade. A organização explicitou a distribuição de uma significativa parcela da sua riqueza gerada, por meio da DVA, ao seu corpo funcional, com vistas ao bem-estar e a satisfação deste. Ademais, essa empresa acredita que valorizar e preservar o meio ambiente é uma forma de sustentá-la no local onde está inserida.

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MANAUS INDUSTRIAL SECTOR ELECTRO-ELECTRONIC MANUFACTURING INDUSTRIES

Abstract: The increasing level of information and social awareness has been producing changes in the management of companies and impelling them into assuming new commitments which go beyond the market-centered economic order, in which cost minimization and profit primacy are the sole objectives. Within such a vision, society began to increasingly demand the supply of useful information on social and environmental issues from the companies. Such demands have been producing in the organizations the concern of linking their image to the notion of social responsibility as such term has been gaining increasing visibility and popularity, as a contribution towards the transforming action of the entities in benefit of society in which they are inserted. Thus, the transparency of companies' social actions has allowed the strengthening of their image and credibility vis-à-vis society, the understanding being that their relationship with the community represents a guarantee factor, a financial strategy and an entrepreneurial survival has

become fundamental, since no economic unit is capable of remaining without the acceptance by society for much time. With a basis on these assumptions, social responsibility actions, which have been carried out and divulged by the Manaus Industrial Sector companies have been analyzed through a case study involving three industries operating in the electro-electronic sector so as to make possible an understanding of the following questions: What are the types of social responsibility actions which have been executed by the companies under study, in 2002 and 2003? Do these companies make the array of their social-oriented activities public? Do the entities in question follow a standard model as a parameter for the advertising of the social responsibilities? It is expected that the results of this work may contribute towards the formulation and implementation of social responsibility policies.

Keywords: Changes in management. Useful information. Social responsibility.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, M. F. et al. **Gestão do terceiro setor no Brasil: Estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos.** São Paulo: Futura, 2002.

FREIRE, F. S. **Prática do Balanço Social nas microempresas e pequenas empresas.** Brasília: SEBRAE, 2003.

FREY, I. A.; FREY, M. R. A mensuração do ativo intangível responsabilidade social empresarial. **Revista Brasileira de Contabilidade**, ano XXXI, n. 138, p. 45-53, Nov./Dez. 2002.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **A posição da CVM.** 2005. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br/port/public/publ/Publ_400.asp>. Acesso em: 13 abr. 2005.

IBASE. Artigos diversos. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>> Acesso em 15 mar.2005.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS. Artigos diversos. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>> Acesso em: 20 mar. 2005.

KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D. **Responsabilidade social**: uma contribuição à gestão transformadora das organizações. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

KROETZ, C. E. S. **Balanco social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

KROETZ, C. E. S. **Balanco social**: uma proposta de normatização. **Revista do Conselho Regional do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, v.?, n.?, Maio 2001.

MARION, J. C.; DIAS, R.; TRALDI, M. C. **Monografia para os cursos de Administração, Contabilidade e Economia**. São Paulo: Atlas, 2002.

NETO, F. P. M.; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

SÁ, A. L. **Considerações sobre o balanço social**. 2005. Disponível em:
<<http://www.masterdirect.com.br/448892/index.asp?opcao=7&cliente=448892&avulsa=5009>>
Acesso em: 10 abr. 2005.

SANTANA, C. M.. **Como funciona a economia**. Valer: Manaus, 1998.

SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S.. **Balanco social**: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001.

SUCUPIRA, J. **A responsabilidade social das empresas**. 2003. Disponível em:
<<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start>. Acesso em: 1 abr. 2005.

TINOCO, J. E. P. **Balanco social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.