

Responsabilidade social: a contribuição de uma empresa do ramo de materiais de construção

Marina Inocência da Silva (Facibra) marina_inocencia@hotmail.com

Wilson Ramos (Facibra) wilson@facibra.edu.br

Resumo:

Hoje em dia muito se ouve falar sobre o comprometimento que as empresas devem ter para com a sociedade em que está inserida. Diante disto, este artigo procura mostrar a importância da responsabilidade social no meio empresarial, de forma a discutir a necessidade da qualificação de mão de obra dentro da organização. Antes, porém, torna-se necessária a conceituação dos diversos termos que giram em torno desta temática, como qualificação profissional, os projetos sociais e também a ética, para depois expor a ação de responsabilidade social desenvolvida pela empresa. Não se pode deixar de comentar os resultados de sucesso obtidos pela empresa e pela comunidade, fatos estes que os fazem conviver de forma harmoniosa, cada qual desempenhando seu papel perante a sociedade e caminhando juntos para a melhoria do bem-estar social. Com o objetivo de destacar a importância em explorar o assunto em pauta, contribuindo para novos estudos e sugestões, que permitam examinar e detalhar os diferentes aspectos dessa questão, facilitando o desenvolvimento de estratégias voltadas para criação do diferencial competitivo que esta qualificação representa. Este artigo contempla também, através do exemplo, como as empresas podem desempenhar corretamente ações de responsabilidade social de forma a interagir com os anseios e prioridades da sociedade que a cerca, fazendo assim, com que a ação mude a imagem da empresa perante toda a comunidade e desta forma atinja os objetivos com todo o sucesso esperado.

Palavras chave: Responsabilidade social, qualificação profissional, projetos sociais e ética social

Social responsibility: the contribution of a branch company of construction materials

Abstract

Today we hear much talk about the commitment that companies should have to the society in which it operates. Given this, this article tries to show the importance of social responsibility in business, in order to discuss the need for qualification of manpower within the organization. First, however, it becomes necessary the conceptualization of the various terms that revolve around this theme, as well as social projects and ethics, and then exposing the actions of social responsibility developed by the company. One cannot help commenting on the successful results obtained by the company and the community, these facts that make them live in harmony, each playing its role in society and walking together for the improvement of social welfare. In order to highlight the importance of exploring the issue at hand, contributing to further studies and suggestions, and which to detail the different aspects of this issue, facilitating the development of strategies for creation of competitive advantage is that qualification. This article also includes, by example, how companies can properly perform social responsibility in order to interact with the aspirations and priorities of the society that surrounds it, by doing so, the action to change the image of the company before the whole community and thus meet the goals with all the expected success.

Key-words: Social responsibility, vocational skills, social projects and social ethics.

1. Introdução

No mercado atual as empresas que não promovem ações de responsabilidade social têm perdido espaço a cada dia. Com isso é necessário estudar as ações de responsabilidade social das empresas, suas necessidades e seus benefícios para a sociedade, para o meio ambiente e para si própria. A responsabilidade social nas empresas é um tema atual e nos últimos anos vem sendo consolidada a crença que as empresas devem assumir um papel mais amplo perante a sociedade e não somente na maximização de lucros. As empresas passam a enxergar a necessidade de conhecer melhor seu cliente, seus problemas sociais, tornando-se importante na elaboração de estratégias voltadas para uma gestão organizacional ciente da responsabilidade com a comunidade promovendo ações em prol da sociedade.

Segundo Emerson Kapaz (2004 p.2), responsabilidade social nas empresas significa uma visão empreendedora mais preocupada com o entorno social em que a empresa esta inserida, ou seja, sem deixar de se preocupar com a necessidade de geração de lucro, mas colocando-o não como um fim em si mesmo, mais sim como um meio para atingir um desenvolvimento pessoal para atingir um desenvolvimento sustentável e com mais qualidade de vida.

Diante disso, o objetivo desse artigo é buscar um entendimento de acordo com a gestão da responsabilidade social nessa nova realidade do meio empresarial, que esta influenciando e modificando a estrutura organizacional e a forma de agir de algumas empresas, visando o aumento da necessidade de maximizar o valor para sua imagem, criando vantagens para atuar com maior competitividade no mercado inserindo a qualificação de mão de obra, a demonstração das iniciativas dos projetos sociais juntamente com a ética social.

Por fim, analisar-se-á uma ação de responsabilidade social de uma empresa de materiais de construção dedicado a compreender e analisar as dificuldades obtidas pelos profissionais que passaram pela escola, identificando os resultados positivos obtidos pela empresa perante a sociedade, procurando solução e resposta para a seguinte questão. Quais são os benefícios alcançados através da ação social?

2 Responsabilidade Social.

Responsabilidade Social é a forma que se define pela relação ética e transparente da empresa com o publico com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade. A empresa demonstra responsabilidade social ao comprometer-se com programas sociais voltados para o futuro da comunidade e da sociedade. O foco da responsabilidade social são as pessoas.

A responsabilidade social para Cardoso e Ashley (2002, p.7) é “O compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela”. Em um sentido mais amplo, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Portanto a organização deve assumir obrigações de caráter moral, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos além das estabelecidas em lei.

Para que uma organização seja responsável socialmente é necessário que, observe as necessidades atuais e emergentes da comunidade e qual a capacidade de prestar serviços a mesma, construa e sustente relações mutuamente benéficas baseada na confiança, credibilidade, planejamento de políticas e estratégias eficazes para que possam ocorrer mudanças e a garantia necessária para que sejam implementadas na direção planejada.

Segundo Chiavenato (2004, p.515), “responsabilidade social significa a atuação responsável socialmente dos seus membros, as atividades de beneficência e os compromissos da organização com a sociedade em geral e de forma mais intensa com aqueles grupos ou parte da sociedade com a qual está mais em contato”. Portanto, a responsabilidade social está voltada para a atitude e o comportamento da organização em face das exigências sociais da sociedade em consequência das suas atividades.

O desenvolvimento desta nova tática nos negócios empresariais se deu pelo fato de a competição no mercado mundial entre as grandes e pequenas empresas estarem mais acirradas, pois a globalização obriga a todos adotarem novas práticas e explorarem novos mercados, o tema responsabilidade surge a partir da necessidade que as empresas têm de manter fidelizados seus clientes e consumidores, pois estes se tornam mais exigentes e vêm nas empresas ligadas com temas e projetos sociais uma imagem relacionada a empresas cidadãs e responsáveis perante a sociedade.

Neste contexto a empresa deve estar preocupada não só com o ambiente em que ela vive, mas também preocupar-se com a sociedade, observando as necessidades que ela apresenta como um todo e no que suas atividades podem trazer de benefícios para as pessoas que estão ao redor e dentro da empresa também. Responsabilidade Social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meios de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade de modo específico, agindo proativamente, e coerentemente no que tange o seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. (ASHLEY, 2003 p.6)

A responsabilidade social é uma importante ferramenta de ligação entre as empresas e a sociedade, onde ambas passam a ampliar a visão de negócios, adquirindo conhecimento e percebendo o valor estratégico em atuar de forma justa. Segundo Thompson, Strickland III e Gamble (2008 p.209). “A responsabilidade social pode ser entendida como a obrigação das organizações em realizarem as suas operações de maneira ética, oferecendo um ambiente de trabalho digno aos seus colaboradores e promover ações para melhorar a qualidade de vida da comunidade em seu entorno, assim como da população geral”

Muitas empresas buscam a prática de responsabilidade social e vantagens competitivas, essa visão responsável esta cada vez mais presente na visão e missão das empresas que procuram criar benefícios de forma sustentável, além da valorização da imagem da empresa e da marca, maior capacidade de atrair clientes e manter maior parte de atuação no mercado. Através da implementação desta nova cultura nas empresas e a divulgação de suas ações para a comunidade, as organizações buscam associar a imagem da responsabilidade e da ética nas suas marcas e com isso acabam influenciando o comportamento no consumidor.

Do ponto de vista comercial, é claro que existe uma série de oportunidades a uma empresa bem vista no mercado. No mundo inteiro o mercado consumidor exige das empresas um comportamento social a altura de empresas responsáveis. Isso cria um diferencial competitivo com a formação de uma boa imagem. A promoção do bem estar coletivo reflete em benefícios para a própria organização que cumpre um papel social, proporcionando a ela melhores perspectivas. (PASSADOR, 2002, P.7)

Segundo Ferreira (2005 p.39) “Ser socialmente responsável, implica para uma instituição, valorizar empregados, manter relações de boa conduta com seus clientes e fornecedores”. Manter ou apoiar ações que visem diminuir ou eliminar problemas sociais nas áreas de saúde, educação ou até mesmo fornecer informações sobre suas atividades. O conceito de Responsabilidade Social vem se desenvolvendo nos últimos anos influenciados pelas mais variadas organizações e comunidades.

2.1 Projetos sociais

O projeto social surge de uma necessidade de um problema concreto, ao elaborar um projeto social é necessário alertar para a solução de problemas de modo que as idéias sejam transformadas em ações. No desenvolvimento dos projetos sociais são fundamentais que sejam claros os objetivos, especificar os recursos, declarar parcerias e como serão analisados os resultados. Um projeto é um empreendimento planejado que consiste num conjunto de atividades relacionadas e coordenadas para alcançar objetivos específicos dentro dos limites de um orçamento e de um período de tempo. O projeto social é o conjunto das ações que tem como propósito provocar impacto sobre os indivíduos, projetos sociais visam intervir em um sistema social a fim de obter mudanças positivas na qualidade de vida e aquisições culturais.

Segundo Stephanou, Muller, Carvalho (2003 p.10), “os projetos sociais nascem do desejo de mudar uma realidade. Os projetos são pontes entre o desejo e a realidade. São ações estruturadas e intencionais, de um grupo ou organização social, que partem da reflexão e do diagnóstico sobre uma determinada problemática e buscam contribuir, em alguma medida, para outro mundo possível”.

São muitos os questionamentos ligados ao planejamento de um projeto social. Contudo, podemos levar em conta alguns processos importantes para desenvolver projetos, apoiados em um planejamento mais seguro e confiável, processo lógico com etapas precisas e sistêmicas, processo de comunicação eficaz, que permita clareza nos objetivos e transparência nas informações compartilhadas pelos setores envolvidos e, processo de adaptação, para melhor envolvimento com o ambiente e com as partes interessadas. Ações e procedimentos necessários para alcançar os resultados desejados, mas também programar o tempo e a seqüência em que se desenvolverão cada uma dessas atividades.

2.2 Ética social

Dentre todas as dimensões da ética, certamente a dimensão social é que possui maior destaque, quanto maior a evolução das Ciências Sociais aplicadas, visando à compreensão de fenômenos da sociedade, melhor o grau de ética e civilidade das pessoas que a compõe. A ética social independente de fatores culturais, ao contrario da moral, pois a ética esta relacionada com a essência do ser humano. Toda a ação cometida por um individuo, que afetam a sua natureza ou a de outro individuo, podem ser consideradas ações antiéticas. A moral varia de acordo com os fatores culturais de cada sociedade, porém a ética é imutável. (ZARPELON, 2006, P.25)

Diante do quadro de pobreza, dos sérios problemas que vivemos em termos de educação, saúde, desemprego, violência e de ações que destroem o nosso ecossistema, é fundamental salientar que as organizações assumam o seu papel social e contribuam eficazmente para o desenvolvimento sustentável e melhoria da qualidade de vida no planeta. E que através deste movimento e do exemplo dos seus líderes contribuam para resgatar a ética no relacionamento humano e nos negócios. Surge uma nova consciência nos dirigentes de empresas, nos profissionais que prezam a ética em seus negócios e relações de trabalho e, sobretudo, nos cidadãos que querem consumir com a certeza de que estão contribuindo com uma boa causa.

Ruiz (2006.p.87) julga a ética como “a ética social estuda o comportamento ético dos indivíduos, nas sociedades por eles formadas. Ela não modifica a ética pessoal, entretanto leva em consideração que a pessoa vive em sociedade, vive com e entre outras pessoas”. A ética é sempre pessoal, porem alcança uma dimensão social principalmente mediante de atos humanos externos que implicam no relacionamento do outro.

A ética não é um valor acrescentado, pois esta atrai para si uma grande quantidade de fatores humanos e os seres humanos conferem ao que realizam, inevitavelmente, uma dimensão ética. A empresa, enquanto instituição capaz de tomar decisões e como conjunto de relações humanas com uma finalidade determinada, já tem desde seu início obter uma dimensão ética, é crescente o número de empresas que vem estabelecendo o seu código de ética, que vem a ser um instrumento de realização da filosofia da empresa, sua visão, missão e valores.

O homem busca anseios de ser plenamente humano não apenas por questões de sobrevivência, mas em busca de um novo modelo de gestão que tem a ética e a responsabilidade social como fundamentos. E nesse caminho todos ganham a empresa, seus colaboradores e acionistas, clientes e fornecedores e a comunidade onde está inserida.

2.3 Qualificação de mão de obra

Como os sistemas construtivos estão evoluindo rapidamente, o objetivo é qualificar mão-de-obra para o mercado da construção civil aliando a isso a abertura de possibilidade de geração de renda para os alunos da escola. A avaliação dos tipos de profissionais que formam a equipe de trabalho é necessária para impedir que pessoas sem experiência e conhecimento integrem a mão de obra da construção.

Algumas empresas estão tendo que formar tecnicamente os candidatos a preencher as vagas de emprego, porque não há técnicos capacitados no mercado. Isso está acontecendo nos setores que usam tecnologia mais avançadas e, também em outros na construção civil, há escassez de mestres-de-obras, este tipo de prática acontece pela necessidade crescente por mão de obra, fazendo com que proprietários e construtoras contratem serviços de pessoas com baixa qualificação e experiência.

Segundo, Kober (2004 pag.54) recusa a noção de competência e mantém a concepção de qualificação como relação social: "a qualificação dos trabalhadores se dá por meio da articulação entre a sua subjetividade e o modo como ela é intrinsecamente vinculada às relações sociais, ao conjunto dos trabalhadores e ao modo de reprodução do capital.

O ramo da construção civil é um dos setores mais indicados para auxiliar no combate ao nível de desemprego que assombra o país. Isso porque emprega pessoas com baixo nível de instrução e capacitação, fazendo uso principalmente de sua capacidade física, permitindo o acesso ao mercado de trabalho de operários completamente desqualificados de maneira muito rápida. A falta de formação profissional torna difícil o desenvolvimento da economia nacional, e, na construção civil, essa falta de qualificação da mão-de-obra, redundando em amadorismo, improvisado, falta de rigor, com o risco de desabamento de prédios, pontes e outras obras, e o correspondente custo em recursos financeiros e em vidas humanas.

O que se percebe que a uma elevada rotatividade desta mão-de-obra, sendo justamente a falta de qualificação um dos principais motivos disto, fator também considerado como uma das razões de haver elevado nível de acidentes no trabalho nos canteiros de obras, a capacitação é hoje uma das preocupações centrais do pensamento organizacional.

Para Avila (2001 pag.30). "Tornar capaz as organizações e as pessoas que lhes dão corpo e espírito diante dos objetivos que sequer ou se precisa alcançar pode fazer toda a diferença entre o brilho e a mediocridade, entre o cumprimento conseqüente da missão institucional ou a mera sobrevivência". Assim sendo os benefícios da capacitação são até mesmo quantificáveis, quando pensamos que pessoas mais capazes decidem melhor e, portanto, aperfeiçoam a alocação de recursos de toda ordem. Num mundo atual que esta constantemente em mudança, entretanto, a capacitação assume o caráter de um processo, afinal, sempre há o que aprender. Acredita-se que o enfrentamento do desemprego passa,

portanto por um plano de crescimento econômico contínuo e por uma política também contínua de formação profissional e qualificação de mão-de-obra.

As transformações que vêm ocorrendo no mundo industrial vêm colocando não só as necessidades de uma mão-de-obra mais qualificada como vêm requerendo novas habilidades dos trabalhadores, bem diferentes das exigidas no período fordista, no mundo inteiro. (PAIVA, 1996, p.8). Incentivar as medidas de qualificação dos colaboradores lhes permite adquirir habilidades e conhecimentos, assim sendo ampliar e aprofundar sua capacitação profissional e técnica. Os desafios impostos para as empresas de serviços impõem a necessidade de rever as ideias iniciais de formação e qualificação de mão-de-obra, e ainda estudos a partir das perspectivas da indústria e do comércio.

3 Metodologia

Um artigo tem o objetivo de dissertar um relato, escrito a partir de pesquisas de forma exploratória sobre o assunto discutido, uma reflexão sobre a responsabilidade social nas organizações conceitos, características e as dificuldades em desenvolver uma gestão, voltada para a ação de profissionais capacitados em administrar trabalhos sociais junto com a comunidade, onde foram pesquisados vários livros e feito a aplicação de questionários.

O critério de pesquisa realizado neste artigo foi pesquisa exploratória, geralmente a pesquisa exploratória é a primeira etapa da investigação maior que também abrangera outros níveis de pesquisa, é na etapa da exploração que as hipóteses são clarificadas é no nível da pesquisa explicativa que a hipótese é testada.

O principal objetivo da pesquisa exploratória é proporcionar maior compreensão do fenômeno que esta sendo investigado, permitindo assim que o pesquisador delinear de forma mais precisa o problema. (ACEVEDO, 2004 p.51).

A população consultada para obter os dados da pesquisa foram os alunos da Escola Profissionalizante Antonio Bordignon que funciona em uma área reservada, localizada na Rua Deputado Benedito Luiz Machado 99, no centro de Santo Antonio da Platina. Onde já foram formados mais de 300 profissionais em cinco anos.

O instrumento de pesquisa utilizado foi levantamento que para GIL, (1991.p.56) define levantamento como: “Os levantamentos caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas, cujo comportamento se deseja conhecer”. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante a análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.

Na aplicação do questionário houve grande dificuldade em sua aplicação por sua sede estar localizada em outra cidade, a escola teve inicio em 2007 já passaram por ela em media 300 alunos onde se torna muito difícil estar fazendo a coleta de dados em toda essa população, embora exista um cadastro dos alunos que fizeram o curso muitos se mudaram outros o telefone já não é mais o mesmo. Diante de todas as dificuldades aqui relatadas, ainda foi possível realizar o trabalho e obter 50 questionários preenchidos dos que foram distribuídos, com a finalidade de identificar qual é a situação dos alunos depois de ter passado pela escola.

4 Resultado e discussões

Atualmente muito se fala da participação das empresas em atividades sociais, demonstrando que estas se preocupam não só em produzir bens e serviços, mas também em buscar o bem estar social através da preocupação com a valorização do homem, do meio ambiente e da cultura. Assim, as empresas buscam vincular sua imagem a noção de responsabilidade social,

criando métodos, planos e incentivos para que interna e externamente seja identificada como uma empresa cidadã. Quando bem aplicada à responsabilidade social é uma importante ferramenta que pode melhorar a imagem das empresas envolvidas, fidelizar consumidores, criar novos relacionamentos e aumentar o valor das marcas que trabalham.

Diante deste cenário, cita-se como exemplo a ação de responsabilidade social realizada pela empresa Bordignon Materiais para Construção e Decoração Ltda. A história da Bordignon começou a ser traçada em 1972 quando o Sr. Antonio Bordignon abriu a primeira loja em Quatiguá (norte pioneiro paranaense), esta loja foi aberta com apenas noventa metros quadrados e atualmente, ampliada para mil metros quadrados, é a matriz do grupo. Além da matriz, há uma loja em Santo Antonio da Platina (norte pioneiro paranaense), uma loja em Joaquim Távora (norte pioneiro paranaense), e uma em Ourinhos (interior de São Paulo) e um centro de distribuição também em Quatigua, que possui oito mil metros quadrados. Atua no ramo de materiais para construção civil, empregando cerca de 450 funcionários. É a segunda maior rede de varejo de materiais de construção do Paraná, conforme ranking publicado em fevereiro de 2006 pela Revista Anamaco – Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção.

A Escola Profissionalizante Antonio Bordignon é o primeiro grande projeto desenvolvido pela empresa dentro de uma política de responsabilidade social onde a mesma optou por atuar de forma externa, ou seja, para além da própria cadeia de valor, visando o bem comum. Pode-se notar a preocupação em contratar um trabalho de pesquisa, de forma a ouvir o que a sociedade esperava da empresa, para depois conciliar com os anseios da gerência e partir para o projeto e execução da ação. Como tal necessidade ocasionou uma aliança com os objetivos da empresa, tornar o projeto da escola profissionalizante em uma realidade foi somente uma questão de tempo e envolvimento.

O desenvolvimento de uma ação de responsabilidade social foi à sugestão naturalmente levantada para responder aos anseios dos consumidores. Houve consenso sobre a questão, já que a idéia de criar uma escola profissionalizante com cursos voltados para formação e qualificação de mão-de-obra para construção civil era também um desejo acalentado por alguns diretores da empresa. Na elaboração do projeto, a Bordignon estabeleceu que fossem concentrados na escola os recursos financeiros que até então eram investidos de forma pulverizada no patrocínio.

Com o objetivo de criar oportunidades, contribuir para a geração de renda, para a qualificação profissional e atender às necessidades de mão-de-obra capacitada do mercado da construção civil foi fundada a Escola Profissionalizante Antonio Bordignon. Em funcionamento desde abril de 2007, a escola oferece cursos gratuitos para qualificação de mão-de-obra no setor da construção civil, como azulejista, pedreiro, eletricista, encanador, assentador de porcelanato, sempre acompanhando a evolução dos sistemas construtivos. O nome Escola Profissionalizante Antonio Bordignon foi escolhido em homenagem ao fundador da rede, por seu espírito empreendedor e conquistas alcançadas em mais de 50 anos de trabalho.

Há uma sala de aula para as aulas teóricas e um espaço externo para as aulas práticas. Os cursos são realizados no período da noite e as cargas horárias são variáveis, de 32 a 100 horas/aula dura cerca de três meses. Os curso que tem parceria do SENAI e da Promoção Humana. Todos os materiais didáticos e práticos são gratuitos, para cada curso são oferecidas 20 vagas, destinadas preferencialmente para jovens, visando seu primeiro emprego, e para o aposentado que poderá trabalhar com pequenos reparos no bairro em que mora. A divulgação do programa de cursos e período de inscrições é feita por meio da assessoria de imprensa da Bordignon, que trabalha com jornais, rádios e TV, e outras instituições. Percebe-se que há uma forte divulgação “boca-a-boca”, partindo dos próprios alunos e seus familiares.

Durante a tabulação do questionário foi possível identificar que, apesar de hoje o mercado da construção civil estar em um ritmo de crescimento muito acelerado nas grandes cidades, devido ao forte crescimento de obras por todo país, e nessa mesma proporção abrindo um gigante espaço de trabalho para ambos os sexos, em nossa região pode-se identificar que a procura feminina ainda é relativamente mínima abrangendo apenas 6% a grande maioria é do sexo masculino 94%, onde se nota que no mercado de trabalho em nossa região a presença masculina ainda é soberana.

A construção civil é um mercado de trabalho que exige grande esforço físico por parte dos trabalhadores dentro desse contexto, identificou-se que em nossa região os trabalhadores entrevistados estão em um ótimo padrão de idade onde nos mostra que a idade ente 17 e 30 anos ocupa 52% dos entrevistados que é uma idade muito boa para a construção civil pela disposição física da idade.

A formação profissional na escola ocorre desde 2007, dentro dos questionários respondidos pode-se identificar que a grande maioria dos alunos se formou em 2010, ou seja, 66% pois vendo a necessidade da região e a grande procura pelos cursos nesse ano escola formou duas turmas uma de pedreiro e outra de assentador de porcelanato, dando assim um percentual maior no ano de 2010.

Os cursos oferecidos pela escola trouxeram um grande diferencial aos profissionais que realizaram o curso, pois a partir do momento que os trabalhadores estão qualificados a atuar em uma área específica de maneira eficiente e eficaz dando aos seus contratantes a certeza de um serviço bem executado, eles os vêem de maneira diferenciada, e a procura pela mão de obras desses profissionais cresce muito, quando perguntado se depois que fizeram o curso a vida profissional dos entrevistados mudou a resposta foi positiva onde 58% julgam como ótimo e excelente tanto na vida profissional quanto na financeira.

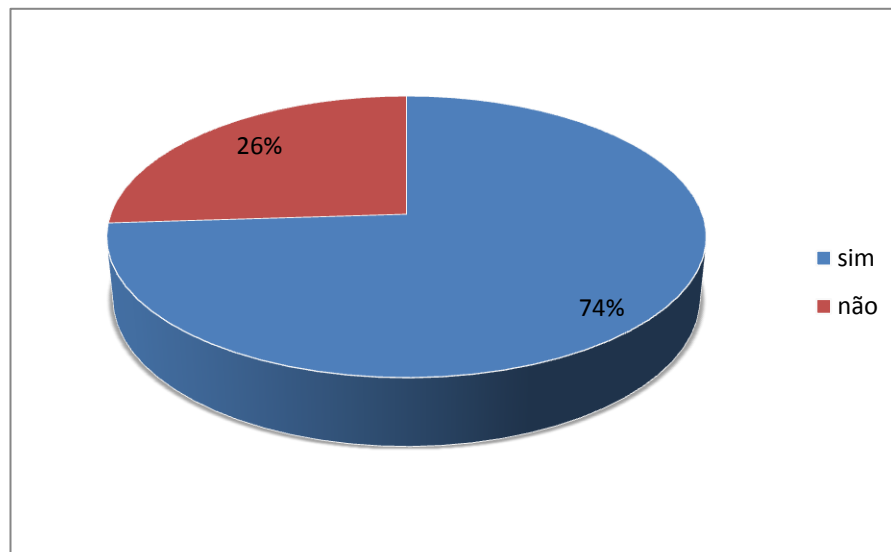
A escola oferece cursos profissionalizantes gratuitos para formação de mão-de-obra no setor da construção civil, como os sistemas construtivos estão evoluindo rapidamente, o objetivo é qualificar mão-de-obra para o mercado da construção civil aliando a isso a abertura de possibilidade de geração de renda para os alunos da escola. A escola tem uma missão social a cumprir, a missão da escola é transformar o cidadão em profissional para a vida em sociedade, além de trazer o conhecimento a cada profissional ela quer garantir a criação e permanência trabalhador no mercado dando vida e concretizando os objetivos desses profissionais. Diante do questionário aplicado os alunos que passaram pela escola a julgaram sendo 58 % como ótima e 42 % como sendo excelente.

Observando-se que os conhecimentos adquiridos trouxeram aos entrevistados um novo conceito de introdução do prestador de serviço de mão de obra no mercado, pois a partir do momento que eles passam a ser reconhecidos por suas habilidades, técnicas e conhecimento os fazem acreditar nesse trabalho, tornando-o essa a profissão que eles exercem. Podemos afirmar que todos os alunos realmente aprenderam uma profissão onde 96% julgam como ótimo ou excelente.

A atuação no mercado de trabalho na construção civil exige do profissional que este disposto a exercer a profissão de maneira responsável e buscando assim cada vez mais qualificação, quando perguntado aos alunos se eles estão atuando na área que se formaram a grande maioria afirma que sim 74% dos que não estão atuando na área 26% são pessoas que já tinham um serviço fixo, outros julgam um esforço físico excessivo, falta de estabilidade, que acharam interessante a iniciativa do curso o fizeram, mas mesmo assim continuam na área que já estavam em serviços fixos pela estabilidade já adquirida.

No mundo atual e globalizado que o mercado de trabalho se encontra mostra-se cada vez mais

exigente, e a busca por uma colocação profissional não é mais uma questão de empenho ou de sorte, mas sim de qualificação.



Fonte: Autores

Figura 1 – Você atribui sua colocação profissional hoje no mercado devido ao curso realizado?

Diante dos resultados obtidos, conclui-se que, a implantação da escola profissionalizante, contribuiu para atingir os objetivos em relação à conquista da excelência no projeto de qualificação de profissionais que permitiu ser observados na aplicação dos questionários onde observa que 100% dos entrevistados acham o curso de imensa valia e com certeza o indicariam para algum amigo ou familiar.

Através das pesquisas e estudos detalhados apresentados nesse trabalho, atenta-se em observar estrategicamente uma colocação adequada dentro das diretrizes da responsabilidade social, permitindo que a empresa consiga enfrentar de forma satisfatória, os conflitos e dificuldades encontrados na busca das vantagens competitivas através das praticas de empresa socialmente responsável, na busca pela qualificação dos profissionais.

Na empresa verifica-se que é muito recente o direcionamento para questões de responsabilidade social, mas que mesmo assim, tornou-se um aliado do dia-a-dia da empresa. A preocupação em fazer-se presente na comunidade, através de cursos profissionalizantes a pessoas de baixíssima renda, os torna parceiros na luta contra a desigualdade social e o desemprego. Isto mostra que a empresa está muito bem informada sobre as necessidades existentes na cidade em que está instalada e o sucesso da escola profissionalizante pode ser notado em diversos depoimentos de alunos que concluíram os cursos e que retornaram ou se encaixaram no mercado de trabalho, pois todos sabem que para conseguir esta colocação é necessária a experiência e também o certificado que comprova que se estudou a teoria para desempenhar a função disponível no mercado de trabalho.

Ao desenvolver um programa completo de responsabilidade social, com missão, objetivos, estratégias, processo de implementação, acompanhamento e avaliações sistematizados, a Bordignon busca obter resultados mais efetivos e assim atuar como uma empresa cidadã. Espera-se que a implantação da escola seja uma ação que venha motivar todos os seus funcionários, pois a empresa quer que a escola não seja um projeto somente da diretoria, mas sim de todos os colaboradores. A empresa almeja que todos sintam que estão fazendo algo

pelo próximo numa época em que a solidariedade é fundamental.

Pode-se constatar também, que a empresa possui outros planos para ampliação em sua atuação com responsabilidade social. Existem planos que contemplam o desenvolvimento dos funcionários, através de bolsas-escola, benefícios a serem oferecidos para os dependentes dos funcionários, desenvolvimento de plano de carreira para funcionários, entre outros.

Considerações finais

Fazendo uma reflexão dos conceitos levantados sobre a empresa estudada podemos observar que a mesma conseguiu se destacar-se seu potencial tecnológico e a disponibilidade dos cursos oferecidos pela escola através da comunicação e envolvimento com o cliente, expandindo seu negocio agregando valor a sua imagem destacando seu projeto social de qualificação de mão de obra. A verdadeira ação social se revela quando a empresa rompe as barreiras de seus próprios interesses e ambiente, ajudando a resolver problemas que afetam a vida dos cidadãos. Porém a vontade de ajudar, muitas vezes, acaba esbarrando na falta de experiência, de estrutura, de organização e alocação de recursos.

Responsabilidade social não pode ser considerada como ajuda, e sim ações que se originam em valores, princípios e convicções éticas que influenciem a comunidade de uma forma geral, podendo-se afirmar que empresa cidadã é aquela que não apenas realiza ações socialmente responsáveis freqüentemente, mas sim as torna um dever. Deve ser direcionada a criação de uma política social que elaborada, encorajada e então assimilada por toda organização, trará novas situações, normas e condutas.

Desta forma a Bordignon conseguiu desempenhar seu papel de empresa preocupada com a comunidade que a cerca e trazendo inúmeros benefícios para os alunos da escola e para si próprios. O consumidor que compra na Bordignon sabe que se trata de uma empresa que pratica responsabilidade social de forma planejada e consolidada em suas metas e não somente visa marketing perante a sociedade, aliás, o marketing social alcançado foi apenas fruto do projeto executado.

Diante dos fatos demonstrados, fica evidenciado que o comportamento responsável das empresas junto à comunidade representa sim um diferencial competitivo nas organizações, estas ações acabam influenciando o comportamento do consumidor, o qual enxerga com bons olhos a postura das empresas cidadãs. A partir das informações evidenciadas no artigo é possível sentir uma grande diferença na qual as empresas estão engajadas nessa ação percebe-se a crescente incorporação no tema social nesse século. Este estudo deve contemplar também, quais as expectativas que a população espera que a empresa contemple e execute. Desta forma, além de realizar ações de responsabilidade social, a empresa estará trabalhando no foco correto e conseguirá mudar ou melhorar sua imagem perante a comunidade.

A aplicação do estudo sobre a importância da responsabilidade social na empresa permitiu estabelecer a relação em praticas sociais aplicadas pela empresa, com a criação de diferencial e vantagem competitiva. Essas vantagens aplicam-se, tanto na imagem da empresa como por consumidores preocupados e exigentes com os direitos que acerca de uma sociedade mais justa, como pela busca de motivação e envolvimento com o publico interessado. E conclui-se levantando a pergunta no inicio do artigo. Quais são os benefícios alcançados através da ação social?

Pode-se concluir que apenas uma ação de responsabilidade social desempenhada pela empresa em questão, mudou a imagem perante a comunidade local, fortaleceu a parceria com fornecedores e apresentou os resultados esperados pela população. Com isto pode-se perceber o quanto foi importante o projeto estar pautado em bases sólidas, pois, somente assim chegou-

se aos objetivos esperados pela empresa engajados com as necessidades que a comunidade almejava. Enfim pode-se concluir que a ação social desempenhada pela Bordignon é um sucesso absoluto.

Referências

ACEVEDO, Claudia Rosa. *Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: inclui formas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estagio, MBA, dissertações e teses.* São Paulo: Atlas, 2004.p.51.

ASHLEY, Patrícia Almeida; QUEIROZ, Adele. *Ética e responsabilidade social nos negócios.* São Paulo: Saraiva. 2002.p.6-7.

AVILA, Célia M.de. (coord.) *Gestão de projetos sociais.* 3ºed. São Paulo: AAPCS-Associação de Apoio ao Programa Capacitação Solidaria. 2001 p.30.

CONVICOM, *Congresso Virtual de Comunicação Empresarial, Comunicação e Responsabilidade Social.* <http://www.comtexto.com.br/2convicomcom>. **ASHLEY, P.** Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo Saraiva, 2003.p.6.

CHIAVENATO, Idalberto. *Recursos Humanos: O capital intelectual das organizações.* 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2004. 515p.

FERREIRA, Roberto do Nascimento. *Responsabilidade social empresarial e valor das empresas.* In: **ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.)**. *Ética e responsabilidade social nos negócios.* São Paulo: Saraiva. 2005.p.39.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa.* 3ºed. São Paulo: Atlas, 1991.p.56.

HISTÓRIA da Bordignon. - Disponível em <http://www.bordignon.com.br>. Acesso em 10 de novembro de 2011, 21h e 06 min.

KAPAZ, Emerson. *Revista FAE Business* nº9 09/2004, p.2. Disponível em http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_fae_business/n9. Acesso 15/10/2011.

KOBER, Claudia Mattos. *Qualificação Profissional: uma tarefa de sísifo.* Campinas: Autores Associadas, 2004.p.154.

PAIVA, V. *Desmistificação das Profissões: quando as competências reais moldam as formas de inserção no mundo do trabalho.* Revista Contemporaneidade e Educação, 1996.p.8.

PASSADOR, Cláudia Souza. *A responsabilidade Social no Brasil: uma questão de andamento.* VII congresso internacional Del CLAD sobre La reforma del Estado y de La Administracion Publica, Lisboa, Portugal, 8-11 outubro 2002.p.7.

RUIZ, Alonso Felix. *Curso de ética em administração.* São Paulo: Atlas, 2006.p.87.

STEPHANOU, Luis; MULLER, Lucia Helena; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. *Guia para a elaboração de projetos sociais.* Porto Alegre: Editora Sinodal e Fundação Luterana de Diaconia. 2003.p.10.

THOMPSON Jr, Arthur A.; STRICKLANDIII, A.J; GAMBLE, John E. *Administração Estratégica.* São Paulo: Editora McGraw-Hill Interamericana do Brasil.2008.p.209.

ZARPELON, Márcio Ivanor. *Gestão e responsabilidade social.* NBR 16.001/AS 8.000: Implantação e pratica. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006, p.25.