

MAURICIO GUERRA RAUSIS

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: ESTUDO DE CASO
BOSCH S.A.**

Monografia apresentada ao setor de Ciências Sociais Aplicadas — Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Universidade Federal do Paraná como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof.º Nivaldo Camilo

CURITIBA
2004

TERMO DE APROVAÇÃO

MAURÍCIO GUERRA RAUSIS

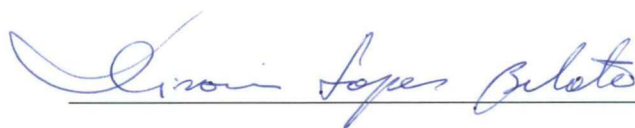
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: ESTUDO DE CASO
BOSCH S. A.

Monografia aprovada como requisito parcial à conclusão do Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

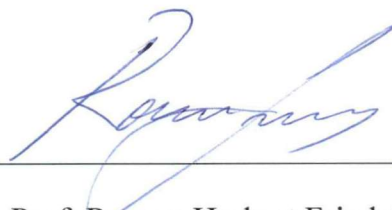


Orientador

Prof. Nivaldo Camilo
Departamento de Ciências Econômicas



Prof. Divonzir Lopes Beloto
Departamento de Ciências Econômicas



Prof. Romeu Herbert Friedlander Jr
Departamento de Ciências Econômicas

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	iii
INTRODUÇÃO	1
1 REFERENCIAL TEÓRICO	4
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL X ESTADO	7
3 A EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL	10
4 A EMPRESA SOCIALMENTE X MERCADO	11
5 DIVULGAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	13
6 A EMPRESA - HISTÓRICO	15
7 PROJETOS SOCIAIS BOSCH	16
7.1 MEIO AMBIENTE.....	17
7.2 EDUCAÇÃO CONTINUADA	17
7.3 QUALIDADE DE VIDA	17
8 PROJETO PEÇA POR PEÇA	18
8.1 AVALIAÇÃO.....	23
8.2 PESQUISA	23
8.3 RESULTADOS	24
8.4 RESULTADOS DO PROJETO PEÇA POR PEÇA CONSTATADOS PELOS PROFESSORES DA VILA VERDE.....	24
8.4.1 Pesquisa da avaliação de resultados do Projeto Peça Por Peça	25
8.5 RESULTADOS DO PROJETO PEÇA POR PEÇA CONSTATADOS PELOS PAIS.....	26
8.5.1 Pesquisa de avaliação e resultados do Projeto Peça Por Peça	27
8.6 CONCLUSÃO – PROJETO PEÇA POR PEÇA	30
CONCLUSÃO	32
ANEXOS	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1 - RESULTADOS DE IMPACTO DA PESQUISA JUNTO AOS PROFESSORES	25
TABELA 2 - RESULTADOS DE IMPACTO DA PESQUISA JUNTO AOS PAIS ..	28
GRÁFICO 1 - MUDANÇAS OBSERVADAS PELOS PROFESSORES EM RELAÇÃO AOS ALUNOS QUE PARTICIPARAM DO PROJETO PEÇA POR PEÇA.....	26
GRÁFICO 2 - MUDANÇAS OBSERVADAS PELOS PAIS EM RELAÇÃO AOS FILHOS QUE PARTICIPARAM DO PROJETO PEÇA POR PEÇA.	29
GRÁFICO 3 - MUDANÇAS OBSERVADAS PELOS PAIS EM RELAÇÃO A COMUNIDADE ONDE FOI DESENVOLVIDO O PROJETO PEÇA POR PEÇA	29

INTRODUÇÃO

O conceito de Responsabilidade Social surgiu na década de 1960, nos Estados Unidos, com o surgimento dos Movimentos Populares, fortalecendo Movimentos Pacifistas contra a guerra do Vietnã, em defesa do equilíbrio ecológico e da discriminação racial, acentuando as lutas sociais.

A Responsabilidade Social é uma responsabilidade política com o desenvolvimento social, que tanto Governo quanto Empresas e Organizações do Terceiro Setor são igualmente envolvidos, considerando-se seus graus de responsabilidade.

O mundo atual nos mostra um cenário marcado pela pobreza, subalternidade e exclusão social.

Desnecessário é lembrar o aumento do número absoluto de pobres nos últimos anos e a conjuntura econômica dramática dominada pela distância entre minorias abastadas e massas miseráveis, que evidencia o longo caminho que nos separa de uma necessária redistribuição de políticas que se voltem às demandas dos grandes contingentes esmagados pela pobreza.

Neste contexto, no Brasil e no mundo, a sociedade civil se organiza para exercitar a cidadania, criando novos espaços de liberdade, reivindicação, diálogo, solidariedade e colaboração objetivando a busca da melhoria de vida em comunidade, caracterizando assim, um novo padrão de relacionamento entre os três setores da sociedade: Estado, Mercado e Terceiro Setor.

Este trabalho visa o esclarecimento da responsabilidade social empresarial tendo em vista algumas hipóteses: o marketing social — mídia espontânea, notoriedade da marca — é um dos principais fatores para a obtenção de melhores resultados econômicos; o aumento da produtividade, a partir da satisfação do público interno, traz resultados econômicos positivos à Empresa Socialmente Responsável; a consolidação da marca e conseqüente reconhecimento pelo público consumidor, refletem em melhores resultados financeiros, bem como na fidelização dos seus clientes.

Através da verificação dos resultados de pesquisas fornecidas, avaliou-se a eficiência, eficácia e efetividade do projeto de Responsabilidade Social implantado pela Robert Bosch, seus resultados sociais e econômicos, e objetivou-se também identificar os benefícios que a Robert Bosch oferece a seus funcionários e/ou à comunidade; levantou-se as expectativas da Empresa quando do início do desenvolvimento de seu Projeto Social; e investigou-se o compromisso da Empresa na melhoria e preservação do Meio Ambiente.

A pesquisa foi realizada através de contato com os responsáveis pela aplicação e desenvolvimento do projeto de Responsabilidade Social desenvolvido pela Robert Bosch, bem como da análise dos dados fornecidos ao pesquisador (pesquisa documental).

Vivemos em um mundo onde o homem está a serviço do capitalismo, diríamos, portanto, que é escravo deste e que é urgente a Transformação Social. Na dialética, MARX enfatiza a mudança, ou seja, a transformação, onde o homem é construtor da sua própria história, o que justifica trabalhar nesta pesquisa com o método marxista.

O desenvolvimento deste trabalho está distribuído da seguinte maneira: Referencial Teórico que pretende estruturar o raciocínio através de definições de termos relacionados a responsabilidade social empresarial; Responsabilidade social empresarial X Estado aborda-se a lacuna deixada pelo Estado na resolução das questões sociais como também o novo direcionamento empresarial em busca da melhoria da qualidade de vida da sociedade; A Empresa Socialmente Responsável refere-se as estratégias de sustentabilidade e crescimento a longo prazo através de ações sociais; Empresa Socialmente Responsável X Mercado refere-se à melhor colocação no mercado das empresas socialmente responsáveis; Divulgação da Responsabilidade Social Empresarial no Mercado cita a forma de divulgação das ações realizadas na área social; A Empresa – Histórico descreve a trajetória da Robert Bosch desde sua fundação até a instalação da unidade Curitiba; Projetos Sociais Bosch aborda de forma resumida os principais Projetos Sociais desenvolvidos pela empresa; Projeto Peça por Peça é o objeto da pesquisa documental desenvolvida, onde se faz uma descrição detalhada de suas ações, bem como a interpretação dos resultados

obtidos; Conclusão interpreta o crescimento das empresas socialmente responsáveis e a nova postura do empresariado em relação à Questão Social.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

Para a compreensão do trabalho proposto, foi necessário elaborar pesquisa das diferentes categorias de análise que emergiram durante o seu desenvolvimento, sintetizadas a seguir:

- a) **RESPONSABILIDADE SOCIAL** — É uma Responsabilidade Política dos Governos, Empresas, Organizações do Terceiro Setor, Comunidades e Cidadãos com o Desenvolvimento Social (FRANCO, 2002, p. 75). Portanto, Responsabilidade Social não está apenas na esfera filantrópica e caritativa, praticada pela iniciativa privada. Sua terminologia está voltada para estratégias de auto-sustentabilidade de longo prazo, buscando o resultado de bem-estar para a Sociedade de modo geral. Dentro da estrutura organizacional seja em Empresas ou Grupos, realiza ações cooperativas, por meio da participação de lucros e resultados, destinando parte de sua lucratividade em benefício dos trabalhadores e familiares, em parceria com a comunidade onde está inserida, bem como no ambiente local e regional podendo ou não estar relacionada com os negócios da Empresa (BORBA; BORSA; ANDREATTA, 2001, p. 51-52).
- b) **BALANÇO SOCIAL** — Instrumento de concretização da Responsabilidade Social da Empresa, sendo uma maneira de dar transparência às atividades que objetivam a melhoria da qualidade de vida de seus trabalhadores, dependentes e comunidade onde está inserida.(LIMA, 1980, p 57)
- c) **TERCEIRO SETOR** — Composto por inúmeras instituições preocupadas em ajudar nas questões sociais, cresceu da ineficiência e omissão do Estado e é formado por entidades da Sociedade Civil, Organizações Não Governamentais, Igrejas, Associações e Fundações que atuam em diversas áreas: no combate à pobreza e à exclusão social, na prevenção e assistência em saúde, na assistência às crianças, deficientes, idosos, adolescentes e famílias, enfim, na luta pelos direitos humanos e responsável pela equidade social (BORBA; BORSA;

- ANDREATTA, 2001).
- d) ONG — Organizações Não Governamentais - Responsáveis pela luta dos interesses públicos, particularmente dos setores sociais, privados dos seus direitos; têm como objetivo fundamental, contribuir para a consolidação de uma Sociedade democrática, justa, igualitária e cidadã, que respeita as diferenças, diversidades e valoriza a participação e a solidariedade. Sempre adaptada às mudanças que ocorrem no mundo e visualizando as necessidades emergentes da Sociedade Civil (BORBA; BORSA; ANDREATTA, 2001, p. 47).
 - e) QUESTÃO SOCIAL — É o conflito entre opiniões contrárias e igualmente concludentes em resposta a uma questão nas sociedades modernas que põe em foco a disfunção entre a lógica do mercado e a dinâmica societária. É o ângulo pelo qual as sociedades podem ser descritas, lidas, problematizadas em sua história, em seus dilemas e em suas perspectivas de futuro (TELLES, 2001, p. 85).
 - f) POLÍTICAS PÚBLICAS — São a expressão e a incorporação de necessidades e interesses gerais da população, traduzidos em demandas e problemas sociais que se constituem em objetos das decisões na esfera pública e que dão origem a Programas e Projetos de atenção às reivindicações, na direção da cidadania (BATTINI, 2000, p. 34).
 - g) POLÍTICAS SOCIAIS — As Políticas Sociais são pensadas como aquelas atividades que têm como função principal a “correção” dos efeitos negativos produzidos pela acumulação capitalista (PASTORINI, 1997, p. 81).
 - h) TRANSFORMAÇÃO SOCIAL — Processo histórico que deriva da luta política de grupos sociais organizados; dá-se através da relação dialética entre a Infra-estrutura e a Superestrutura Hegemonia e Intelectual Orgânico (BATTINI, 2000).
 - i) POBREZA — Privação de bens supérfluos, carência daqueles indispensáveis à condição humana, e escassez dos necessários à própria sobrevivência, que atingem, habitualmente o indivíduo e sua família (VIEIRA, 1981, p. 116).
 - j) RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL — Participação efetiva da Empresa no desenvolvimento de Projeto Social, visando a melhoria da qualidade

de vida de seus funcionários e da comunidade em torno (BORBA, BORSA, ANDREATTA, 2001, p. 73)

A partir de estudo das definições das categorias elencadas, pôde-se efetivamente, ter compreensão maior do tema proposto.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL X ESTADO

O Estado sozinho deveria, porém não é capaz de dar conta desta tarefa, quer pela inadequação de sua estrutura, quer pela falta de recursos, quer ainda, pela natureza clientelista e assistencialista de boa parte de suas políticas, pois é o Estado de uma sociedade regida pelo capitalismo a serviço desta sociedade que o criou e o mantém.

Com a privatização das Políticas Sociais amplia-se a relação entre o Estado, o Setor Público lucrativo e o Setor Público não-lucrativo, na produção e oferta de bens e serviços. Trata-se de transferência de responsabilidades para a Sociedade Civil, que ocorre através de parcerias que assumem as seguintes formas: Estado e Organizações Não Governamentais (ONGs), Estado e Empresas e Empresas e Organizações de Serviço Público não-estatal. No final dos anos 1990, inaugura-se, entre a Sociedade e o Estado, uma nova forma de parceria baseada em resultados que conjugam autonomia, flexibilidade e responsabilidade na produção e oferta de bens e serviços. O Estado assume o financiamento total ou parcial, enquanto as Organizações Sociais são qualificadas pelos resultados pactuados através de contratos de Gestão. (O trabalho do Assistente Social e as Políticas Sociais, mód. 4, p. 209).

Atualmente, no Brasil, as ONGs desempenham cada vez mais seu papel de gestoras de recursos destinados pela Sociedade Civil.

As respostas Estatais à “Questão Social” não conseguem mais se “auto-sustentar e autofinanciar”. O Estado não tem perante o custo das Políticas Sociais, da Saúde e da Educação Públicas, do Seguro-Desemprego da Previdência Social etc., a contraparte de rendas, produto dos lucros obtidos nas atividades econômicas outrora Estatais. Tais custos, portanto, devem ser reduzidos e direcionados aos próprios usuários. Isto implica, por um lado, o aumento relativo das rendas Estatais por tributos indiretos, a tão propalada “Reforma Tributária”, que altera sua base impositiva fundada nos impostos diretos (sobre o Patrimônio, a Herança, a Renda) para os tributos indiretos (dirigidos fundamentalmente ao consumo), totalmente injustos para a população que tem sua renda, total ou quase integralmente, dirigida ao consumo, enquanto a participação deste na renda das classes mais endinheiradas é mínima, sem sequer tributar o patrimônio fixo do capitalista (MONTAÑO, p. 62).

O que está se tornando evidente, já não em uma visão estreita de crítica sistemática de uma visão anticapitalista, mas de bom senso econômico e social, é que um sistema que sabe produzir, mas não sabe distribuir, simplesmente não é suficiente. Sobretudo se, ainda por cima, joga milhões no desemprego, dilapida o meio ambiente

e remunera mais os especuladores do que os produtores.

Ações consensuais organizam a sociedade civil e o setor privado em torno de questões sociais, representando um avanço no processo democrático e apresentando uma postura de cidadania que vai além dos partidos políticos e das simples reivindicações relativas às obrigações do Estado.

Ainda dentro desse processo de evolução da sociedade, surge a preocupação com os efeitos sociais, econômicos, e ambientais em relação às atividades empresariais, bem como com os valores éticos e morais, suscitando discussões no meio empresarial. Essas discussões, muitas vezes, visam contribuir para o bem comum e para melhoria da qualidade de vida das comunidades. Nesse sentido, faz-se necessário resgatar o conceito de Responsabilidade Social Empresarial ou Cidadania Corporativa.

Segundo MELO NETO e FRÓES (2001, p. 26) “a ação de responsabilidade social não é individual. Reflete a ação de uma empresa em prol da cidadania. A empresa que a pratica, demonstra uma atitude de respeito e estímulo à cidadania corporativa; conseqüentemente existe uma associação direta entre o exercício da responsabilidade social e o exercício da cidadania empresarial”.

Ashley expande ainda mais o conceito de Responsabilidade Social responsabilizando-o como um dever a ser prestado pela organização à sociedade:

“Responsabilidade Social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que 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”. (ASHLEY 2003, p. 6).

Desta forma, aparece o seguinte questionamento: a responsabilidade social é praticada para quem? Para autores contemporâneos, a responsabilidade social engloba o público interno e externo, além do investimento na preservação e educação ambiental, mas não necessariamente privilegiando uma categoria em particular.

Para MELO NETO e FRÓES (1999, p. 85): “A responsabilidade social interna focaliza o público interno da empresa, seus empregados e dependentes (...) A

responsabilidade social externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela está situada”.

Ficará a cargo da organização, de acordo com sua missão e visão, escolher qual será seu público alvo, se o público interno e/ou externo, e quais vetores nortearão suas ações de responsabilidade social.

3 A EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

O ponto de vista da empresa socialmente responsável refere-se às estratégias de sustentabilidade e crescimento de longo prazo. Afinal, se não houver a preocupação com os efeitos sociais, econômicos e ambientais de suas atividades, quem irá consumir seus produtos e serviços no futuro? Essa passa a ser diferença entre uma empresa socialmente responsável e uma empresa assistencialista. Segundo MELO NETO e FRÓES (2001, p. 80), “é nesse estágio que a empresa insere-se socialmente na comunidade, promove o seu desenvolvimento social atuando no campo da cidadania, mediante ações de filantropia e implementação de projetos sociais”.

Uma visão mais ampla da diferença entre filantropia e responsabilidade social, resume-se: A filantropia parte de uma ação individual e voluntária e tem muitos méritos. Mas a responsabilidade social vai além das vantagens individuais — caminha para tornar-se a soma das vontades que constitui um consenso, uma obrigação moral e econômica a ligar o comportamento de todos que participam da vida em sociedade.

Outra questão a ser observada por estarmos abordando o tema da responsabilidade social empresarial, é a continuidade das ações, que uma vez iniciadas não devem ser abandonadas durante sua execução, devendo ser vistas como uma forma de gestão estratégica, como mostra Patrícia Almeida ASHLEY (2003, p. 12): “Trata-se de um compromisso contínuo nos negócios pelo comportamento ético que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, pressupondo a realização de decisões empresariais que sejam resultado da reflexão sobre seus impactos sobre a qualidade de vida atual e futura de todos que sejam afetados pela operação da empresa”.

4 EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL X MERCADO

Considerando-se que as empresas objetivam lucro e que elas podem, ao mesmo tempo, contribuir para o cumprimento de objetivos sociais e ambientais, mediante a integração da responsabilidade social enquanto investimento estratégico, no núcleo de sua estratégia empresarial, nos seus instrumentos de gestão e nas suas operações.

Assim, à semelhança da gestão da qualidade, considera-se a responsabilidade social de uma empresa como um investimento e não como um encargo.

Recentemente o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) divulgou alguns resultados da Pesquisa Ação Social das Empresas. Realizada nas regiões Sudeste, Nordeste e Sul do Brasil, abrangendo 1752 empresas das quase 700 mil em atuação, constando que boa parte delas tem algum tipo de projeto na área social. Segundo resultados desta pesquisa, a satisfação pessoal e as melhorias nas condições de vida da comunidade são os melhores resultados percebidos pelo setor empresarial na sua ação social. Essa percepção não é, no entanto, tão homogênea quando se analisa o comportamento por porte e setor de atividade. São as microempresas e as do setor comércio (71%) as que mais ressaltaram a gratificação emocional. As empresas do setor de serviços (77%) e as de médio e grande portes (69%) apontam, por sua vez, como principal resultado, os impactos na qualidade de vida da população.

Menos de 30% das empresas destacam o retorno da atuação social para a própria empresa. A insuficiência de recursos para a grande maioria das empresas é o principal fator limitante para uma atuação mais expressiva na área social. Os empresários declaram que são poucos os incentivos por parte do governo. Avaliando-se que se trata de atuação realizada à margem do Estado, as grandes empresas visualizam uma possibilidade maior para uma atuação compartilhada.

A pesquisa revela que os incentivos fiscais não têm servido de grande estímulo ao desenvolvimento de projetos de responsabilidade social pelas empresas sendo que um número muito pequeno de empresas socialmente responsáveis se beneficia das deduções de ICMS ou ISS, confirmando assim que o envolvimento social do setor

privado acontece independentemente do Estado e sempre em prol do desenvolvimento social

Na Bolsa de Valores de Nova York, o índice Dow Jones Sustainability, que reúne empresas socialmente responsáveis, valorizou em 44% de dezembro de 1993 a fevereiro de 2003. No mesmo período, o Dow Jones comum, que reúne outras empresas, teve uma alta menor, de 21%. Os dados são da empresa de consultoria Value Partners, que também mostra os dados da Bolsa de Londres para afirmar que ser responsável é um bom negócio: o FTSE4Good, outro índice que reúne empresas socialmente responsáveis subiu 32% de julho de 1996 a fevereiro de 2001, enquanto o FTSE, que reúne as outras empresas, teve uma alta de apenas 3% no mesmo período.

Segundo Paolo Guidelli,, sócio da Value Partners, “a responsabilidade social é um fator que pesa na hora do investidor decidir aonde vai por seu dinheiro. Ele quer saber se a empresa respeita o meio ambiente, se cuida do lado social. Não é apenas uma questão ética, mas isso interessa aos negócios”, afirma.

A Bolsa de São Paulo não tem um índice específico para empresas socialmente responsáveis, mas tem algo próximo, o Índice de Governança Corporativa (IGC) que reúne empresas que desenvolvem regras de transparência e respeito ao acionista. Em 2002, enquanto o Bovespa caiu 17 por cento o IGC subiu 1,5 por cento.

5 DIVULGAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Em uma nova consciência social das empresas, há a preocupação sobre a forma que se dará a divulgação das ações realizadas na área social. Uma empresa que age com responsabilidade social consegue estreitar suas relações com seus clientes internos e externos, e também a exposição na mídia de forma espontânea: “Quando uma empresa atua com responsabilidade social aumenta seu relacionamento com diversos públicos relevantes (clientes atuais e em potencial, opinião pública, acionistas, investidores, fornecedores, funcionários, governo), aumenta a exposição positiva em mídia espontânea onde seus produtos, serviços e marca ganham maior visibilidade e possível aceitação” (GUEDES, L., 2002 s.p).

Uma das ferramentas de divulgação de tais ações empresariais é o **Balanco Social**. Esse balanço é um documento divulgado anualmente pela empresa, como forma de comprovar sua atuação no campo social, embora não seja obrigatória, em lei, sua publicação. De acordo com MELO NETO e FRÓES (1999, p. 130): “os dados reunidos para o balanço social serão do tipo diferente, alguns serão numéricos, outros serão opiniões refletidas num questionário, outros opiniões deduzidas de atitude, outros podem ser grau de satisfação, etc. O balanço contábil comum recolhe dados numéricos expressos em unidades de moeda”.

Outra forma de divulgar as ações de responsabilidade social de uma determinada empresa é através do Marketing Social. A expressão Marketing para causas sociais, em vez de marketing social, foi utilizada pela primeira vez por KOTLER, segundo o qual: “O marketing para causas sociais pode ser definido como uma ferramenta estratégica de marketing e de posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, em benefício mútuo”.

Esta subdivisão do marketing vem tomando proporções cada vez maiores nos últimos anos e trazendo benefícios para as empresas que a praticam, para as entidades e para a sociedade. A empresa se beneficia, pois a imagem vinculada a uma causa social traz visibilidade perante seu público e mercado.

Por trás de toda a ação de marketing social deve sempre estar como meta à transformação. Desta forma, um projeto bem conduzido muito possivelmente levará à mudança de comportamentos e atitudes. Por essa razão, é preciso definir este conceito com precisão. Isto porque, o marketing social não é o marketing convencional aplicado às questões sociais. É uma ferramenta preocupada com a mudança de atitudes e de comportamentos que levará à melhoria da vida da comunidade. Cumpre ressaltar que o “social” do termo não está ligado apenas à questão da pobreza, não significa assistencialismo. Está relacionado às questões que envolvem a sociedade, seus problemas e a busca do maior número de mudanças acolhedoras das diversas conjunturas sociais. É um instrumento planejado que quer buscar a melhoria de um aspecto da sociedade. Não é um mecanismo para dar visibilidade, para se ter lucro ou vender mais. Isso pode e deve ser uma consequência.

Segundo Souza e Sina , “atribui-se o aumento da responsabilidade social a três fatores: 1) o desejo dos empresários de produzir bem estar social e não apenas bens e serviços para população; 2) o uso de impostos, por meio de incentivos fiscais, em projetos específicos, em vez de destiná-lo diretamente ao governo; e 3) a percepção crescente de que a empresa cidadã atrai fidelidade de seus colaboradores e consumidores”. (SOUZA E SINA 1999, P.61)

A prática da Responsabilidade Social Empresarial significa real possibilidade de melhoria da qualidade de vida da população carente, tornando-se indispensável ao efetivo desenvolvimento do País.

6 A EMPRESA — HISTÓRICO

Em 1886, em Stuttgart, na Alemanha, a Robert Bosch iniciou suas atividades, fundada pelo jovem Robert Bosch.

Atualmente são 190 fábricas da Bosch espalhadas pela Europa, Ásia, África e Américas, uma expansão que resultou da busca constante de aprimoramento de seus produtos por Robert Bosch e seus colaboradores, adaptando-se sempre às exigências do mercado.

A Bosch produz componentes automotivos, ferramentas elétricas e pneumáticas, equipamentos para oficinas, equipamentos eletrônicos e muitos outros produtos nos mais variados setores tecnológicos, inclusive na área de telecomunicações.

Em 1954 a Bosch instalou-se no Brasil, com seu primeiro escritório em São Paulo.

Atualmente possui cinco modernas unidades de produção na América Latina: Bosch Curitiba (PR), Bosch Campinas (SP), Bosch São Paulo (SP), Bosch Aratu (BA), e Bosch Buenos Aires (Argentina), além de inúmeros escritórios de representação e Assistência Técnica. No Brasil, a unidade de Campinas é a Central que coordena todas as demais unidades do país.

A Bosch na América do Sul exporta seus produtos para mais de 35 países da Europa, Ásia, África e Américas.

A Bosch Curitiba, assim como todas as unidades Bosch no mundo, foi construída com o pensamento humanista de Robert Bosch: valorização profissional como princípio de qualidade.

A Bosch chegou a Curitiba em 1976 e sua fábrica na Cidade Industrial foi inaugurada em 1978, em uma área de 587 mil m², sendo 70 mil m² de área construída.

A unidade Curitiba detém a produção de toda linha Diesel da Bosch no Brasil que compreende a produção de bombas injetoras para veículos de pequeno, médio e grande porte, porta injetores e peças de reposição (bicos, elementos e válvulas) para veículos a diesel.

Seus principais clientes são as indústrias automobilísticas e fábricas de motores.

7 PROJETOS SOCIAIS BOSCH

A Robert Bosch Curitiba realiza trabalhos sociais desenvolvendo atividades voltadas para a educação continuada na comunidade. São realizadas ações de educação pela saúde, cultura, comunicação, ensino, esporte, proteção ao meio ambiente e lazer, sempre com projetos de auto-sustentabilidade.

Seus principais Projetos Sociais são:

a) Voluntários Bosch

A Organização Não-Governamental (ONG) Voluntários Bosch foi fundada em 2001 por um grupo de colaboradores Bosch. Seguindo a política de responsabilidade social corporativa, apóia projetos ligados ao programa Peça por Peça e ainda organiza ações sociais e apóia projetos auto-sustentáveis de outras instituições de Curitiba e região Metropolitana.

b) Peça por Peça

Pioneira no Paraná no desenvolvimento e aplicação de projetos sociais, a Bosch desenvolve o programa Peça por Peça que tem por objetivo promover a cidadania e a conquista da auto-sustentabilidade de comunidades geograficamente próximas à suas instalações.

O programa desenvolve-se através de ações de educação, saúde e incentivo a atividades culturais.

c) Somos Herdeiros de Nossas Ações

É esta a consciência alcançada através do programa, com o objetivo da melhoria da qualidade de vida da comunidade através de ações voluntárias que oportunizem seu desenvolvimento sustentável.

7.1 MEIO AMBIENTE

A alta tecnologia da Bosch é uma aliada na preservação do meio ambiente. Estudos para reduzir a emissão de gases pelos motores são desenvolvidos pela engenharia. Menor poluição, maior rendimento e economia são os ideais da Bosch.

Conscientizar os Colaboradores da importância de preservar o meio ambiente é fundamental. Para isso, a Bosch adota o Sistema de Gestão Ambiental (Sega), que informa os colaboradores sobre os procedimentos corretos para não poluir o meio ambiente.

7.2 EDUCAÇÃO CONTINUADA

Os Colaboradores Bosch têm acesso a diversos programas internos e externos de formação e desenvolvimento profissional. São investimentos em capacitação profissional, sempre em busca do autodesenvolvimento.

7.3 QUALIDADE DE VIDA

Para a Bosch a qualidade de vida é prioridade. Em Curitiba, assim como em todas as sedes ao redor do mundo, é seguida a filosofia humanista de Robert Bosch.

“Meu objetivo é, além do alívio de necessidade, atuar, acima de tudo, na elevação das forças morais, sanitárias e mentais... Serão promovidas: saúde educação, formação promoção de talentos reconciliação dos povos e tais...”. Extrato das regras de Robert Bosch para a Administração Patrimonial Bosch Ltda – dia 19 de julho de 1935.

Todos os projetos e ações do Programa de Qualidade Total da fábrica estão ligados diretamente à saúde, ao desenvolvimento e à satisfação do Colaborador e sua família. A unidade Curitiba mantém a Associação dos Funcionários da Robert Bosch, um centro de recreação que oferece aos colaboradores e seus familiares as melhores condições para os momentos de lazer.

8 PROJETO PEÇA POR PEÇA

A partir do entendimento de que o desenvolvimento social de uma comunidade acontece através de ações que buscam a auto-sustentabilidade, a Bosch lançou em março de 2001, o Projeto Peça por Peça, com objetivo de promover melhorias na organização social de uma comunidade estimulando seu desenvolvimento através da educação.

O Projeto desenvolve ações focadas na saúde, esporte, cultura, comunicação, lazer e geração de renda e envolve ativamente professores, alunos, pais, voluntários Bosch e a comunidade em geral.

Assim, peça por peça, a comunidade é preparada para que as transformações sociais aconteçam.

A comunidade Vila Verde possui uma população de 11,4 mil habitantes, sendo que 3,4 mil são crianças e adolescentes e, grande parte destes, com tempo ocioso. A maioria da população adulta possui pouca escolaridade e qualificação profissional, conseqüentemente, exercendo funções de baixa remuneração o que resulta em uma realidade de carência, criando um circuito de pobreza.

Muitos de seus moradores são desempregados, grande parte é de mulheres. As habitações têm condições precárias e a despreocupação com o meio ambiente é evidente.

A Prefeitura Municipal mantém na Vila Verde: duas escolas públicas de primeiro grau; duas creches; três Projetos Piá (atendimento às crianças no contra-turno escolar); um Armazém da Família (venda de produtos alimentícios a preço abaixo do mercado); uma biblioteca (Farol do Saber) e uma Unidade de Saúde. A comunidade possui, ainda, uma escola pública estadual. Todas as escolas atendem 3,2 mil crianças. Na comunidade funcionam quatro associações. Há um parque e uma praça.

Em relação à saúde da população, 35% faz algum tipo de tratamento médico, sendo que os problemas de saúde mais freqüentes são odontológicos, hipertensão, diabetes e alergias. Os recursos mais utilizados são a própria Unidade de Saúde local e a Unidade de Saúde do Pinheirinho, bairro próximo.

O tempo livre fora do horário de trabalho é utilizado para descansar, assistir televisão e afazeres domésticos. Com uma freqüência menos significativa, as pessoas

costumam passear em parques, visitar parentes, jogar futebol, ir à Igreja e praticar capoeira.

a) Peça Educação pelo Ensino

Através do ensino, esta peça visa, através da educação, promover a assiduidade dos jovens aos bancos escolares, diminuir a evasão, promover melhorias na qualidade do ensino e na infraestrutura das escolas localizadas na área de abrangência do projeto, a Vila Verde.

b) Peça Educação pela Saúde e pelo Meio Ambiente

Foi a primeira a ser implantada e como primeira ação foram realizados 3 mil exames nas crianças e adolescentes matriculados nas escolas da Vila Verde. A partir do resultado desses exames pode-se constatar que grande parte das doenças era causada por falta de cuidados com a higiene pessoal e o lixo doméstico.

Com esse diagnóstico e com a colaboração de professores e voluntários Bosch, são mantidos nas escolas diversos projetos que promovem a melhoria das condições de vida da comunidade:

- Transitando na vida
- Despertando a Vila
- Higiene e Saúde
- Ciclo e Reciclo
- Criar e Brincar e só Começar
- Maluquinhos por Saúde
- Saúde e Alegria
- Mente Ocupada Saúde Dobrada
- Fundo de Quintal

A participação acontece através de:

- Ações para melhorias na infra-estrutura das escolas;
- Palestras e organização de ações para pais e alunos, sobre temas como saúde, meio-ambiente, educação e segurança alimentar e consumo consciente;
- Produção de peças teatrais;

- Passeios educativos;
- Arrecadação e distribuição de produtos de higiene e limpeza;
- Atividades ligadas à higiene pessoal;
- Cultivo de hortas;
- Atividades de entretenimento.

c) Peça Educação pelo Esporte

Nesta peça, as crianças das escolas participam de atividades esportivas e recebem lanches no contra-turno escolar. Além disso, durante as férias, a escola permanece aberta promovendo atividades esportivas e recreativas.

Projetos que fazem parte desta Peça:

- Xeque-mate na Violência e nas Drogas
- Esporte nos Piás
- Kung-Fu

A participação acontece através de:

- Divulgação dos Projetos na comunidade escolar;
- Palestras sobre a importância do esporte para crianças e adolescentes;
- Motivação à prática de esportes;
- Realização de torneios e campeonatos esportivos entre as escolas participantes do projeto;
- Aulas referentes às diversas modalidades esportivas.

d) Peça Educação pela Cultura.

A construção do Teatro Peça por Peça, no terreno da Escola Municipal Professora América Sabóia, foi a primeira ação da peça Educação pela Cultura. O Teatro é utilizado pelas escolas e pela comunidade do bairro Vila Verde para apresentações de peças teatrais, oficinas, palestras e outras atividades culturais.

Fazem parte desta peça, os projetos:

- Curso de Formação em Teatro
- Projeto Linha do Conhecimento

A participação acontece através de:

- Comitê de administração do Teatro, formado por professores e pessoas da

comunidade;

- Aulas de formação musical, de instrumentos ou expressões artísticas como teatro, dança, pintura, desenho, literatura e escultura

e) Peça Educação pela Comunicação.

O acesso à informação é elemento fundamental para a conquista da cidadania e inclusão social. Por este motivo, esta peça, além de proporcionar a difusão de informações entre os moradores da Vila Verde, incentiva a participação dos alunos na pesquisa de assuntos e elaboração de textos para os murais da escola.

Fazem parte desta peça, os projetos:

- Jornal Mural — Gazeta Zaninelli
- Boletim Informativo — Voz da Vila

A participação acontece através de:

- Ações que visam promover melhorias na estrutura da sala onde o jornal é elaborado;
- Atualização e melhoria dos recursos de informática;
- Promoção de cursos rápidos de informática básica para alunos;
- Organização de concurso para reconhecer e premiar jovens talentos jornalísticos/literários;
- Promoção de ciclo de palestras “Inclusão Social de Adolescentes pela Comunicação Social”;
- Visitas aos diversos meios de comunicação: jornais, rádios, televisões e revistas.

f) Peça Educação para a Geração de Renda

Os Voluntários Bosch implantaram e acompanharam o desenvolvimento das Cooperativas de Panificação e de Costureiras do Clube de Mães da Vila Verde.

Formadas por moradores do bairro com dificuldades de inclusão no mercado de trabalho, estas instituições têm como objetivo a inclusão social pela geração de trabalho e renda.

Projetos que fazem parte desta peça:

- Cooperativa de Panificação

- Cooperativa de Costureiras
- Clube das Mães da Vila Verde

A participação acontece através de:

- Aulas para a capacitação profissional e desenvolvimento de ofícios para os moradores;
- Auxílio na administração das Cooperativas;
- Ações que visam melhorias na infraestrutura;
- Cursos de Informática;
- Divulgação dos produtos.

g) Peça Educação Social e Profissionalizante para Adolescentes

Fundamentado nos pilares da Educação — Aprendendo a Ser e Conviver, Aprendendo a Conhecer e Aprendendo a Fazer — sugeridos pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o Projeto Jovens em Ação (nome escolhido pelos próprios adolescentes) prioriza a educação social e profissionalizante para adolescentes buscando a transformação de atitudes e comportamentos pessoais e sociais.

Duas vezes por semana, 40 adolescentes do bairro Vila Verde se reúnem para os encontros do projeto que abordam temas como: identidade, adolescência, auto-estima, sexualidade, violência, drogas e comunicação e estimulam o desenvolvimento pessoal e social. Nos outros dias da semana, os adolescentes atuam como multiplicadores dos conceitos do Programa Peça por Peça na comunidade.

A participação acontece através de:

- Palestras sobre as profissões;
- Palestras sobre temas como: liberdade, saúde, sexualidade, auto-estima, entre outros;
- Visitas técnicas dos adolescentes às empresas.

8.1 AVALIAÇÃO

Com o intuito de sistematizar os resultados das ações, ou seja, se os esforços e investimentos na articulação e maximização do emprego de recursos, talentos e energias resultaram e impactaram na ampliação positiva das condições de cidadania da comunidade escolar e da comunidade Vila Verde em geral, a Bosch buscou uma forma de avaliação de suas ações.

Com o projeto Peça por Peça a Bosch buscava os seguintes resultados:

- a) a empresa exercendo o seu compromisso de Responsabilidade Social externa, contribuindo para o desenvolvimento de um projeto de natureza social, voltado para a melhoria da qualidade de vida da comunidade Vila Verde;
- b) crianças e jovens atendidos no contra turno escolar, com programas voltados a qualidade de vida, atingindo seus familiares;
- c) crianças e jovens com melhorias impactantes, isto é, com mudanças significativas em suas atitudes comportamentais.

Portanto, esta avaliação teria que extrapolar a mera constatação quantitativa dos resultados dos processos desenvolvidos, uma vez que a empresa buscava a promoção de mudanças significativas ou permanentes na vida das pessoas. Assim, o processo requeria uma avaliação de impacto das ações desenvolvidas porque este tipo de estudo demonstra os benefícios agregados na qualidade de vida de uma população.

8.2 PESQUISA

Para esta avaliação foi realizada uma pesquisa, visando conhecer as mudanças ocorridas na Vila Verde após as ações desenvolvidas pelo Projeto Peça por Peça. Para tanto, foram envolvidos os professores das três escolas existentes, para que estes apontassem se ocorreram modificações no comportamento de seus alunos. Com este mesmo objetivo, os pais, cujos filhos participam do projeto, foram ouvidos, para também, se manifestarem, não só quanto as mudanças no comportamento de seus filhos, como também quanto a opinião e conhecimento do Projeto Peça Por Peça.

O formulário foi aplicado junto a 50% dos professores das Escolas João

Cabral, América Sabóia e Rodolfo Zaninelli e a 30% das famílias envolvidas no projeto.

A amostra dos pais foi obtida de forma aleatória, por meio de sorteio. Para os professores, o questionário foi entregue a todos aqueles participantes do projeto. O formulário constituiu-se de perguntas abertas e fechadas. Foi aplicado junto aos pais por meio de entrevista e entregue para preenchimento pelos professores.

O período de realização foi entre os meses de outubro e dezembro de 2002.

8.3 RESULTADOS

Os resultados da pesquisa passam a ser apresentados através de gráficos e quadros demonstrativos. As análises de conteúdo seguem a ordem de apresentação dos professores das escolas públicas da Vila Verde e dos pais dos alunos envolvidos.

8.4 RESULTADOS DO PROJETO PEÇA POR PEÇA JUNTO AOS PROFESSORES

Constatou-se que as mudanças significativas observadas pelos professores foram a assimilação de hábitos de higiene, tais como tomar banho, lavar as mãos, escovar os dentes, cuidar dos cabelos e roupa, melhorando a aparência, bem como maiores cuidados com material escolar e patrimônio da escola. Com menor percentual houve melhorias quanto a hábitos alimentares, ou seja, uma alimentação saudável, nutritiva, variada e higiênica.

As atividades dos projetos, segundo os professores, foram elementos motivadores para o aumento da frequência às aulas.

Em relação às atividades de lazer esportivas e culturais, foi apontada uma participação altamente significativa dos alunos, inclusive com revelação de talentos como campeões e jogadores de xadrez e produção de textos literários. No desenho e pintura, teatro, música e dança, também houve muito interesse.

Outra situação que apresentou um importante resultado foi a elevação do rendimento escolar, com demonstração de maior interesse pelas aulas e trabalhos solicitados, maior entusiasmo com relação às atividades escolares e conscientização para a preservação do meio ambiente, entre outros. Melhorou, também, a disciplina na escola: na forma de tratar colegas e professores, moderação no tom da voz, apresentando limite, organização, atenção, entre outras.

Houve uma manifestação visível de interesse nas mais variadas formas de leitura.

8.4.1 Pesquisa de Avaliação de Resultados do Projeto Peça por Peça — 2002

A seguir demonstra-se a tabela e o gráfico referente aos resultados obtidos através da pesquisa realizada pela empresa Robert Bosch junto aos professores.

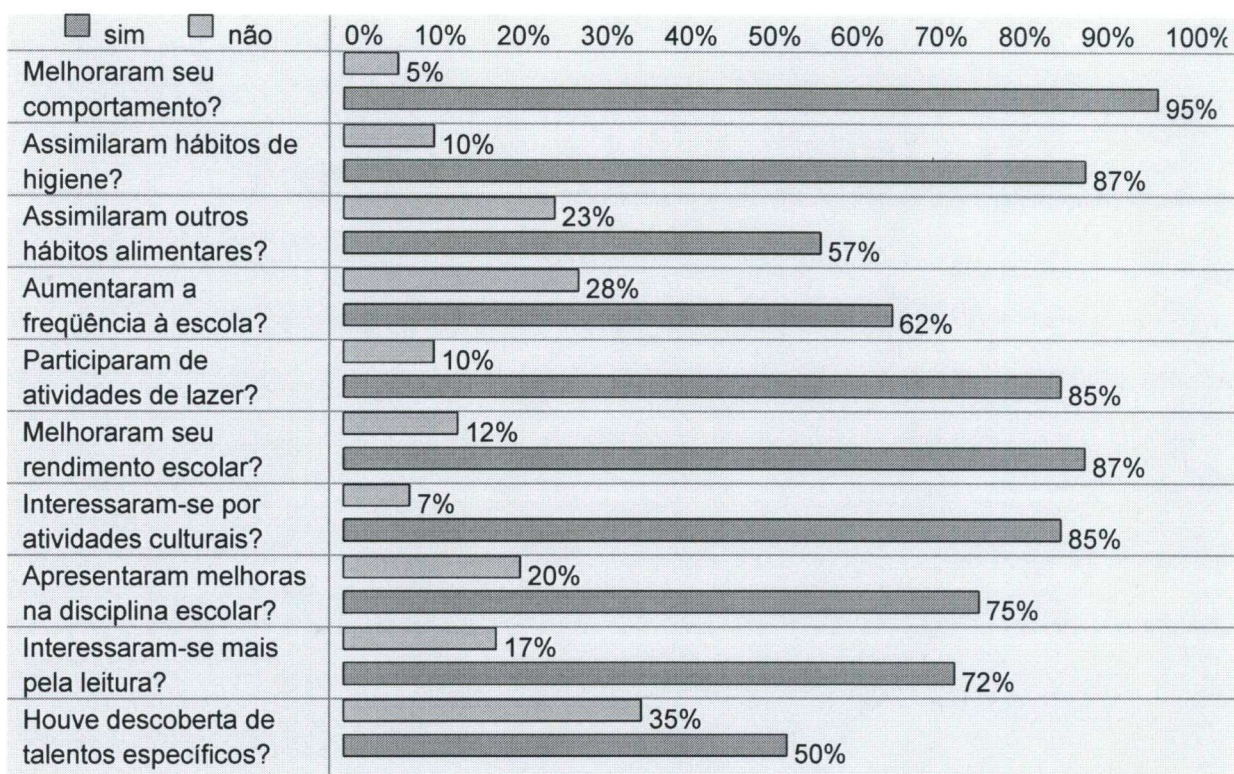
TABELA 1 - RESULTADOS DE IMPACTO DA PESQUISA JUNTO AOS PROFESSORES

CENÁRIO	PROJETO PEÇA POR PEÇA	RESULTADOS/IMPACTOS PROVOCADOS
Situação Encontrada na Comunidade Antes de Iniciar o Projeto	Peças Desenvolvidas	Situação Atual
Incidência de faltas escolares	Educação pela saúde e meio-ambiente	62% aumentaram a frequência escolar
Inexistência de práticas de laser		85% participaram de atividades de lazer
Ausência de atividades/práticas culturais		85% interessaram-se por atividades culturais
Condições inadequadas de higiene		87% assimilaram hábitos de higiene
Condições inadequadas de alimentação	Educação pela cultura	87% assimilaram hábitos adequados de alimentação
Baixo rendimento escolar	Educação pelo esporte	87% melhoraram o rendimento escolar
Indisciplina escolar		75% apresentaram melhoras disciplinares
Pouco interesse pela leitura		72% passaram a se interessar mais pela leitura
		Obs.: 95% dos professores consideram que seus alunos melhoraram seu comportamento

Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch – Senai

A melhoria do comportamento dos alunos beneficiados pelo projeto, demonstra que o mesmo atingiu seu maior objetivo, através de atividades desenvolvidas em contra turno escolar, evitando assim que os jovens ficassem nas ruas.

GRÁFICO 1 - MUDANÇAS OBSERVADAS PELOS PROFESSORES EM RELAÇÃO AOS ALUNOS QUE PARTICIPARAM DO PROJETO PEÇA POR PEÇA



Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch – Senai

Através dessa pesquisa foi possível observar mudanças significativas no comportamento dos alunos pela ótica dos professores.

8.5 RESULTADOS DO PROJETO PEÇA POR PEÇA CONSTATADOS PELOS PAIS

Em quase sua totalidade os pais têm conhecimento do Peça por Peça.

Consideram-no como uma forma de ocupar as crianças no contra turno escolar, tirando-as das ruas, oportunizando a participação e envolvimento em atividades educativas/preventivas, despertando a criatividade, socialização e acesso a variadas ações culturais.

Com relação aos hábitos de higiene, os pais colocaram que perceberam uma significativa mudança em seus filhos, uma vez que passaram a escovar os dentes, tomar banho, lavar as mãos, repassando estes hábitos para a família.

Apesar da educação para a alimentação adequada ser a longo prazo, já nota-se que está havendo um despertar neste sentido, uma vez que 62% assimilaram este hábito e o repassaram para sua família também. Ainda, houve melhora na frequência à escola.

A maioria dos pais tem conhecimento quanto ao Teatro que foi construído na comunidade pela Bosch. Seus filhos o freqüentam, estimulando a participação em atividades culturais. A freqüência tem sido em média duas vezes por semana.

Considerando que a própria construção do Teatro teve como objetivo oferecer um espaço para a realização da maior parte das ações do Projeto Peça por Peça, como também, oportunizou um espaço aberto à toda comunidade para os mais variados eventos e que isto está acontecendo, a função a que se destinou está sendo cumprida.

8.5.1 Pesquisa de Avaliação e Resultados do Projeto Peça Por Peça – 2002

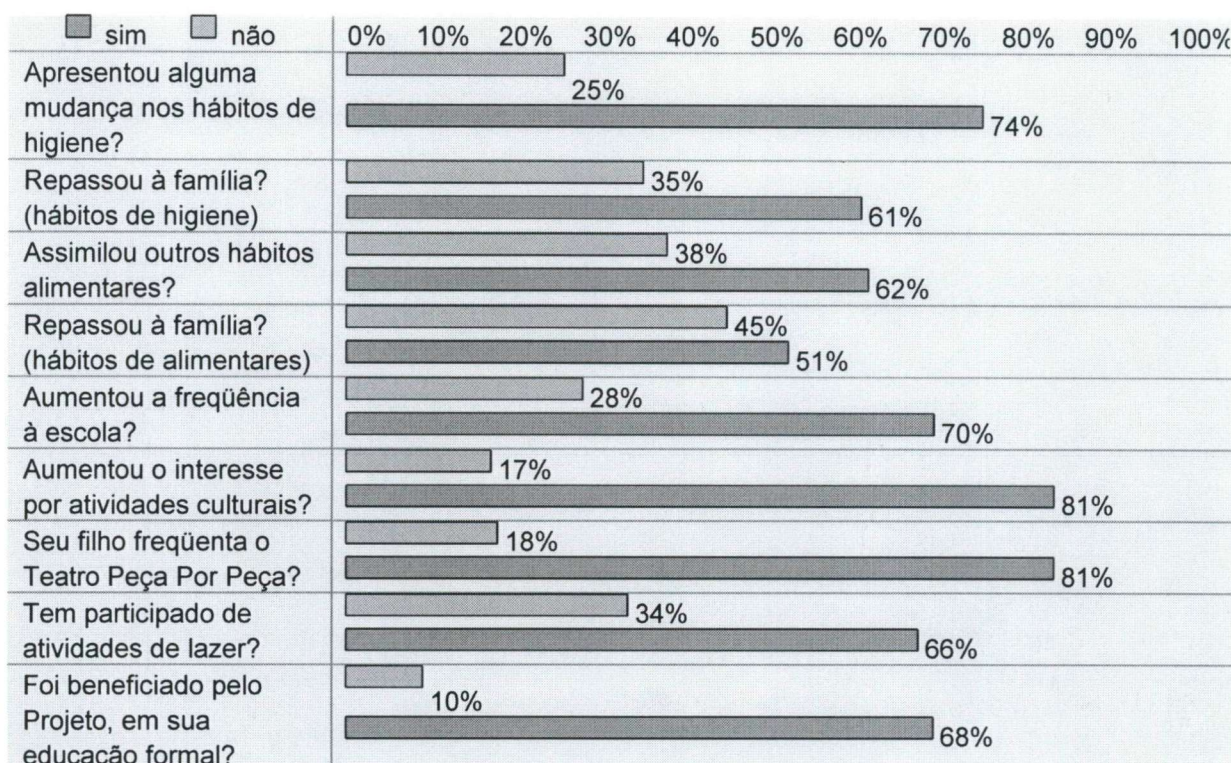
A seguir demonstra-se tabela e gráficos referentes aos resultados da pesquisa realizada pela empresa Robert Bosch junto aos pais

TABELA 2 - RESULTADOS DE IMPACTO DA PESQUISA JUNTO AOS PAIS

CENÁRIO	PROJETO PEÇA POR PEÇA	RESULTADOS/IMPACTOS PROVOCADOS	
Situação Encontrada na Comunidade Antes de Iniciar o Projeto	Peças Desenvolvidas	Situação Atual	
1. Crianças na rua	Educação pela saúde e meio-ambiente	97% dos pais conhecem os projetos - 66% dos que responderam reconhecem no projeto uma ação educativa, que ocupa as crianças, retirando-as das ruas	
2. Condições inadequadas de higiene		74% assimilaram hábitos de higiene - 61% repassaram para a família	
3. Condições inadequadas de alimentação		62% assimilaram hábitos adequados de alimentação - 51% repassaram para a família	
4. Incidência de faltas escolares		70% aumentaram a frequência escolar	
5. Inexistência de práticas de lazer		Educação pela cultura	81% interessaram-se por atividades culturais
6. Ausência de atividades/práticas culturais			81% freqüentam o Teatro Peça Por Peça
7. Percepção das famílias com relação a mudanças no comportamento dos filhos		Educação pelo esporte	68% dos pais perceberam mudanças positivas no comportamento dos filhos
8. Percepção das famílias com relação a mudanças na comunidade			84% dos pais conhecem o Teatro Peça Por Peça - 57% dos pais perceberam mudanças na comunidade - 59% dos pais participaram de algum evento no Teatro - 51% dos pais consideram que o Teatro agregou um benefício para a comunidade

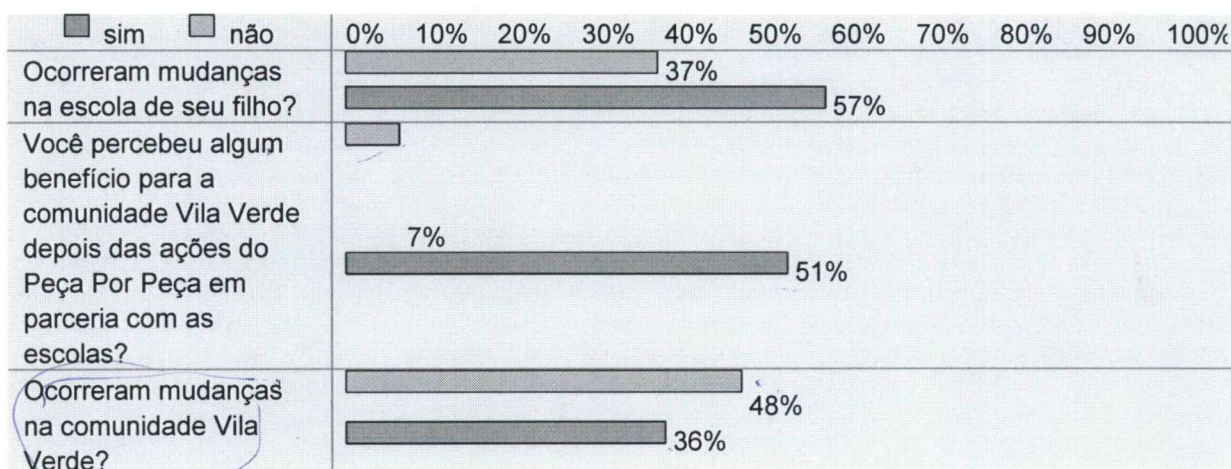
Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch – Senai

GRÁFICO 2 - MUDANÇAS OBSERVADAS PELOS PAIS EM RELAÇÃO AOS FILHOS QUE PARTICIPARAM DO PROJETO PEÇA POR PEÇA



Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch - Senai

GRÁFICO 3 - MUDANÇAS OBSERVADAS PELOS PAIS EM RELAÇÃO A COMUNIDADE ONDE FOI DESENVOLVIDO O PROJETO PEÇA POR PEÇA



Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch – Senai

Nota-se com essa pesquisa que o projeto trouxe grandes benefícios no que diz respeito ao comportamento das crianças envolvidas e também uma expressiva participação dos pais

8.6 CONCLUSÃO – PROJETO PEÇA POR PEÇA

Dada a ênfase que a Bosch atribuiu a avaliação de impacto que as ações do projeto Peça por Peça teriam provocado na Vila Verde, a pesquisa explorou opiniões e fatos quantitativos e qualitativos, junto a dois públicos essenciais da comunidade: os professores das escolas públicas, tanto pelo seu papel preponderante na formação das crianças e adolescentes, quanto pela sua participação específica no projeto e os pais destas mesmas crianças, por constituírem uma representação daquela sociedade civil, enquanto comunidade que está sendo trabalhada para ampliar suas condições de cidadania e pelo seu vínculo familiar com os atores principais do projeto, as 1,06 mil crianças e adolescentes envolvidas.

Os resultados de ambos os públicos pesquisados possibilitam constatar que houve uma mudança de comportamento das crianças, em diversos aspectos:

- a) no meio familiar, 51% dos pais afirmaram que foram introduzidos conceitos básicos de higiene e alimentação;
- b) no meio escolar, 95% dos professores consideraram que seus alunos apresentaram alguma mudança: passaram a preservar as instalações aonde estudam e a valorizar o local aonde vivem uma parte significativa do tempo de suas vidas; melhoraram a higiene; aumentaram a frequência à escola e interessaram-se pela leitura. Ainda, 75% reduziram a agressividade, apresentando mais respeito pelos professores e colegas, descobrindo o prazer de frequentar as aulas e de participar das atividades escolares. Conseqüentemente, essa satisfação refletiu positivamente no rendimento escolar como um todo, para 87% destes professores.

Esse comportamento se estendeu para o meio ambiente em geral, uma vez que passaram a cultivar horta, manter determinados espaços limpos e cuidar do patrimônio público. Inclusive, as escolas públicas passaram a ser frequentadas como centros de lazer e atividades nas férias escolares.

As crianças e adolescentes, tiveram a oportunidade de vivenciar e ampliar valores como a educação para a saúde, a educação para o esporte e a educação para a cultura. Com os talentos individuais descobertos e treinados, hoje é possível a Vila

Verde ser representada em competições esportiva ou cultural. O fato de deixarem de estar nas ruas para freqüentarem a escola em atividades extras em grupo, jogos, projetos culturais, resgatou o direito das crianças e adolescentes de desempenharem o seu papel, qual seja, pertencer a uma família, a uma comunidade, estudar e acreditar nas suas possibilidades de vida como cidadão.

A Vila Verde foi beneficiada pelo Projeto Peça por Peça, não só pelas ações junto às crianças e adolescentes, como também pela construção, pela Bosch, de um teatro — o “Teatro Peça por Peça”. Este espaço, usufruído no mínimo por 59% das famílias entrevistadas, proporcionou o delineamento da identidade do grupo social. Ali os moradores podem se reunir, trabalhar, aprender, desfrutar do lazer e viver inúmeras atividades culturais.

Os valores trabalhados pelo Peça por Peça contribuíram para a redução do número de crianças nas ruas, despertaram o sentimento de conservação do patrimônio público e preservação do meio ambiente por uma parcela da população, com reflexos na redução da violência local. A curto prazo, as ações tiveram resultados e influência na qualidade de vida desta comunidade. Hoje a Vila Verde deixou de constar do ranking das localidades do município de Curitiba com maior índice de violência.

A Bosch está investindo em um processo longo e no estabelecimento de vínculos de confiança entre os setores privado, público e a sociedade civil. No entanto, o seu compromisso no exercício da sua Responsabilidade Social já está sendo cumprido, diante das evidências da participação da comunidade na organização e defesa dos seus próprios interesses.

A empresa reconhece a efetividade do Projeto, pois já definiu que este servirá como parâmetro para as ações sociais de todas as plantas do grupo no Brasil e na América do Sul.

9 CONCLUSÃO

A partir da análise de resultados da pesquisa aplicada pela empresa, afirma-se que o impacto econômico da responsabilidade social das empresas traduz-se em efeitos diretos e indiretos. Os resultados positivos diretos podem derivar de um melhor ambiente de trabalho, levando a um maior empenho e maior produtividade dos trabalhadores, ou de uma utilização mais eficaz dos recursos naturais. Os efeitos indiretos são consequência da crescente atenção dos consumidores e dos investidores. O que aumentará as oportunidades de mercado.

É difícil avaliar com rigor os fatores que determinam a rentabilidade financeira de uma empresa socialmente responsável. Estudos demonstram que 50% do desempenho acima da média, de empresas socialmente responsáveis se pode imputar à sua responsabilidade social, enquanto os outros 50% se devem ao seu desempenho no respectivo setor de atividade. Espera-se que os lucros financeiros das empresas socialmente responsáveis se situem acima da média, porquanto a capacidade de uma empresa de dar uma resposta cabal a questões ecológicas e sociais constitui um indicador confiável da qualidade da gestão.

Como já ocorre na Europa, é muito provável que a sociedade brasileira escolha produtos, bens e serviços mediante análise da responsabilidade social exercida pela empresa. Inquéritos recentes demonstram que os consumidores consomem produtos seguros e de qualidade, mas também exigem saber se eles são fabricados de forma socialmente responsável. Este aspecto abre oportunidades de mercado interessantes, porquanto um número significativo de consumidores estaria predisposto a pagar mais por produtos de acordo com os princípios da responsabilidade social e ambiental. As questões mais comuns dos consumidores são a proteção da saúde, a segurança dos trabalhadores, o respeito dos direitos humanos em todas as operações de uma empresa e na sua cadeia de produção (sem recurso, por exemplo, ao trabalho infantil), a defesa do ambiente em geral e a redução das emissões de gases que contribuem para o efeito estufa em particular.

Pode-se concluir que, na prática, um programa de responsabilidade social só traz resultados positivos para a sociedade e para a empresa se for realizado de forma autêntica. A empresa precisa desenvolver a cultura da responsabilidade social e incorporá-la ao seu pensamento. Desenvolver programas sociais apenas para divulgar a empresa, ou como forma compensatória, não traz resultados positivos sustentáveis ao longo do tempo. Entretanto, para aquelas empresas que incorporarem os princípios e os aplicarem corretamente, resultados podem ser sentidos, como a valorização da imagem institucional e da marca, maior lealdade do consumidor, maior capacidade de recrutar e manter talentos, flexibilidade, capacidade de adaptação e longevidade.

É notória a consolidação de uma nova forma organizacional e de gestão, mais preocupada com o social, moderna e sistêmica. Uma organização horizontal, em busca de objetivos e metas comuns tanto ao seu público interno quanto à sociedade (público externo).

A busca atual por um desenvolvimento mais harmônico e sustentável, preocupado com o futuro da preservação da existência da espécie humana, depende da qualidade das relações entre todos os seres vivos que habitam este planeta, e está prejudicada pelo paradigma em que se alicerça o modelo econômico vigente.

No entanto, hoje não podemos mais aceitar o conceito de “obras sociais”, isso faz parte do passado. Não é mais suficiente só ajudar pessoas carentes. É preciso estabelecer verdadeiros conceitos de parceria em torno de um objetivo comum. As empresas estão começando a entender que não adianta ter compromissos objetivando apenas o lucro. É preciso fazer investimento social, porque este gera, em longo prazo, o verdadeiro benefício financeiro a todos os cidadãos, na medida em que ao promover o desenvolvimento sustentável, estas empresas auferem ganhos de capital em maiores potencialidades. Para isso, as melhores ferramentas são a informação e a educação.

Não obstante tais aspectos relevantes, é de suma importância a inserção de uma ponte entre esses dois mundos distintos e ao mesmo tempo convergentes: o econômico e o social.

Conclui-se que a sociedade está reconhecendo quais são os bens mais importantes que devem ser produzidos, bem como os valores universais que norteiam a vida no planeta, e por assim dizer, está se organizando para essa nova realidade. Falta agora à publicidade transformar esses bens sociais em produtos, mobilizando cidadãos numa só causa para levar qualidade de vida para todos os indivíduos.

h

ANEXOS

ANEXO 1 –	QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PROFESSORES — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR ABSOLUTO.....	36
ANEXO 2 –	QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PROFESSORES — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR PERCENTUAL.....	38
ANEXO 3 –	QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PAIS — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR ABSOLUTO.....	40
ANEXO 4 –	QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PAIS — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR PERCENTUAL.....	43

ANEXO 1

ANEXO 1 – QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PROFESSORES — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR ABSOLUTO

	QUESTÕES	SIM	NÃO	NR
1	Você considera que seus alunos mudaram o comportamento com a participação no Projeto Peça Por Peça?	57	3	
2	Caso respondeu sim, relacione no que houve mudança:			
2.1	Assimilaram hábitos de higiene?	56	6	2
2.2	Assimilaram outros hábitos alimentares?	34	14	12
2.3	Aumentaram a frequência à escola?	37	17	6
2.4	Participaram/Participam de atividades de lazer na escola ou fora dela?	51	6	3
2.5	Melhoraram seu rendimento escolar?	52	7	1
2.6	Interessaram-se por atividades culturais?	51	4	5
2.7	Apresentaram melhora na disciplina escolar?	54	12	3
2.8	Interessaram-se mais pela leitura?	43	10	7
2.9	Houveram descobertas de talentos específicos?	30	21	9

Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch - Senai

ANEXO 2

ANEXO 2 – QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO
AOS PROFESSORES — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR PERCENTUAL

	QUESTÕES	SIM	NÃO	NR
1	Você considera que seus alunos mudaram o comportamento com a participação no Projeto Peça Por Peça?	95%	5%	
2	Caso respondeu sim, relacione no que houve mudança:			
2.1	Assimilaram hábitos de higiene?	87%	10%	3%
2.2	Assimilaram outros hábitos alimentares?	57%	23%	20%
2.3	Aumentaram a frequência à escola?	62%	28%	10%
2.4	Participaram/Participam de atividades de lazer na escola ou fora dela?	85%	10%	5%
2.5	Melhoraram seu rendimento escolar?	87%	12%	2%
2.6	Interessaram-se por atividades culturais?	85%	7%	8%
2.7	Apresentaram melhora na disciplina escolar?	75%	20%	5%
2.8	Interessaram-se mais pela leitura?	72%	17%	12%
2.9	Houveram descobertas de talentos específicos?	50%	32%	15%

Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch - Senai

ANEXO 3

ANEXO 3 – QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PAIS — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR ABSOLUTO

	QUESTÃO	SIM	NÃO	NR
1	Você conhece o projeto Peça Por Peça?	286	25	0

	QUESTÃO	NADA	PROJETO PIÁ	PEÇA POR PEÇA	OUTROS	NR
2	O que seu filho faz no contra-turno escolar?	51	28	221	14	1

	QUESTÕES	SIM	NÃO	NR
3	Caso seu filho tenha participado ou esteja participando do Projeto Peça Por Peça:			
3.1	Apresentou alguma mudança nos hábitos de higiene?	230	78	3
3.1.1	Repassou à família	191	110	10
3.2	Assimilou outros hábitos alimentares?	192	117	2
3.2.1	Repassou à família?	17	37	6
3.3	Aumentou a frequência à escola?	218	88	5
3.4	Interessa-se por atividades culturais?	253	52	6
3.5	Freqüenta o Teatro Peça Por Peça?	253	55	3
3.6	Você conhece o Teatro Peça Por Peça?	261	47	3
3.7	Você já participou de algum evento no Teatro?	184	124	3
4	Seu filho tem participado de atividades de lazer dentro ou fora da escola?	21	30	9

	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SABE	NR
5	Seu filho fez exames médicos no início do ano de 2001?	239	34	38	0
6	Ocorreram mudanças na escola do seu filho?	178	115	0	18
7	Você percebeu algum benefício ou desenvolvimento da educação do seu filho depois das ações do Peça Por Peça dentro das escolas?	211	32	64	4
8	Você percebeu algum benefício da Comunidade Vila Verde depois das ações do Peça Por Peça em parceria com as escolas?	159	21	124	7
9	Ocorreram mudanças na Comunidade Vila Verde?	113	148	0	50

Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch - Senai

ANEXO 4

ANEXO 4 – QUADRO DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS DA PESQUISA JUNTO AOS PAIS — PERGUNTAS FECHADAS EM VALOR PERCENTUAL

	QUESTÃO	SIM	NÃO	NR
1	Você conhece o projeto Peça Por Peça?	92%	8%	0%

	QUESTÃO	NADA	PROJETO PIÁ	PEÇA POR PEÇA	OUTROS	NR
2	O que seu filho faz no contra-turno escolar?	16%	9%	71%	5%	0,3%

	QUESTÕES	SIM	NÃO	NR
3	Caso seu filho tenha participado ou esteja participando do Projeto Peça Por Peça:			
3.1	Apresentou alguma mudança nos hábitos de higiene?	74%	25%	1%
3.1.1	Repassou à família	61%	35%	3%
3.2	Assimilou outros hábitos alimentares?	62%	38%	1%
3.2.1	Repassou à família?	51%	45%	4%
3.3	Aumentou a frequência à escola?	70%	28%	2%
3.4	Interessa-se por atividades culturais?	81%	17%	2%
3.5	Freqüenta o Teatro Peça Por Peça?	81%	18%	1%
3.6	Você conhece o Teatro Peça Por Peça?	84%	15%	1%
3.7	Você já participou de algum evento no Teatro?	59%	40%	1%
4	Seu filho tem participado de atividades de lazer dentro ou fora da escola?	66%	34%	0,3%

	QUESTÕES	SIM	NÃO	NÃO SABE	NR
5	Seu filho fez exames médicos no início do ano de 2001?	77%	11%	12%	0%
6	Ocorreram mudanças na escola do seu filho?	57%	37%	0%	6%
7	Você percebeu algum benefício ou desenvolvimento da educação do seu filho depois das ações do Peça Por Peça dentro das escolas?	68%	10%	51%	1%
8	Você percebeu algum benefício da Comunidade Vila Verde depois das ações do Peça Por Peça em parceria com as escolas?	51%	7%	40%	2%
9	Ocorreram mudanças na Comunidade Vila Verde?	36%	48%	0%	16%

Fonte: Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch - Senai

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- BATTINI, O. **Assistência Social / Referências Conceituais**. Curitiba: Champagnat 2001.
- BBC BRASIL.COM; **Ações de Empresas Socialmente Responsáveis se Valorizam Mais**. Disponível em: <http://www.bbcbrasil.com>, acesso em: 23/09/2004.
- BORBA, E.; BORSA, L.; ANDREATTA, R. **Terceiro setor, responsabilidade social e voluntariado**. Curitiba: 2001.
- BNDES. **Projeto de formação de agentes de desenvolvimento**. Fundação Odebrecht e W. K. Kellogg Foundation, 2001.
- Conselho Federal de Serviço Social (CEFES), Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa no Serviço Social (ABEPSS), Centro de Educação Aberta, Continuada, à Distância (CEAD), Núcleo de Educação à Distância (NED) **O Terceiro setor e a Reforma do Estado - “ O trabalho do Assistente Social e as Políticas Sociais”**. Módulo 4: Brasília, 2000
- FEBRABAN; **Balanco Social**. Disponível em: <http://www.febraban.com.br>, acesso em 25/08/2004.
- FRANCO, A. **A nova sociedade civil: o terceiro setor e seu papel estratégico**. ed. AED. Brasília: 2002.
- FRÓES, C.; MELO NETO, F. P. de. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- FRÓES, C.; MELO NETO, F. P. de. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.
- GUEDES, L.; in: INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002.
- INSTITUTO ETHOS; **Empresas e Responsabilidade Social**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>; acesso em 20/08/2004.
- IPEA; **Instituto de Pesquisa Econômica Avançada**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/asocial>; acesso em 09/09/2004.
- KOTLER, P. **Marketing para organizações sem fins lucrativos**. [1995].
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2001.
- LIMA, E. G. **Balanco social da empresa na América Latina**. São Paulo: ADCE/UNIAPAC BRASIL, 1980.

MONTAÑO, C. Das “lógicas do estado” às “lógicas da sociedade civil”. **Revista Serviço Social e Sociedade**, n. 59, p. 62.

GUIDELLI, P. **Ações de Empresas Socialmente Responsáveis se Valorizam Mais**. Disponível em: <http://www.bbcbrasil.com>, acesso em: 23/09/2004

PASTORINI, A. A categoria “**questão social em debate**”. Cortez.

QUIROGA, A. M. **A família operária e a reprodução da força de trabalho**. 2001. Tese.

SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – **Relatório de Resultados do Projeto Peça Por Peça / Robert Bosch / 2002**

Relatório de Resultados do Projeto Peça por Peça / Robert Bosch /

SILVA, A. **Violência, família e políticas sociais**. Disponível em: <<http://www.andrews.com.br>> Acesso em: 15 maio 2004.

SOUZA, P. de; SINA, A. **Marketing social: uma oportunidade para atuar e contribuir socialmente para o terceiro setor**. São Paulo: Crescente Editorial, 1999.

TELLES, V. **Na contramão do projeto neoliberal**. Conselho Social de Serviço Social (CEFES), Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social (ABEPSS), Centro de Educação aberta, continuada, à distância (CEAD), Núcleo de Educação à Distância (NED), “O trabalho do assistente Social e as Políticas Sociais”. Módulo 4: Brasília, 2000.

THOMPSON, M.; PRINGLE, H. **Marketing social: marketing para causas sociais e a construção das marcas**. São Paulo: Makron Books, 2000.

VIEIRA, P. **Glossário**. Rio de Janeiro: Interciência, 1981.

YAZBECK, M. **A política social brasileira nos anos 90: a refilantropização da questão social – texto**.