

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

AS INFLUÊNCIAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PRATICADA PELA SERASA EXPERIAN NA VIDA DOS EX-COLABORADORES DA AGÊNCIA DE CASCAVEL

THE INFLUENCES OF SOCIAL RESPONSIBILITY CARRIED BY SERASA EXPERIAN IN THE LIFE OF FORMER EMPLOYEES OF CASCAVEL AGENCY

Simone Schiminkoski, Odacir Miguel Tagliapietra e Geysler Rogis Flor Bertolin

RESUMO

As organizações, cada vez mais estão inserindo em suas estratégias as questões relacionadas a responsabilidade social, com isso procuram oferecer aos seus colaboradores uma melhor qualidade de vida no trabalho. Também buscam estreitar relações com a comunidade patrocinando projetos sociais e se preocupando com as questões ambientais. O presente trabalho busca identificar como a responsabilidade social praticada pela Serasa Experian pode ter influenciado o comportamento das pessoas que participaram das ações realizadas pela empresa. A metodologia utilizada quanto aos objetivos foi de caráter exploratório, e de acordo com o método de análise caracteriza-se como qualitativa. A população pesquisada foram todos os ex-funcionários do Serasa Experian de Cascavel Paraná composta de 5 pessoas. Os dados da pesquisa foram coletados através de um questionário, onde foi avaliada a responsabilidade social interna e externa realizada pela empresa. Foram questionados quais projetos de Responsabilidade Social desenvolvidos pela Serasa Experian foram mais importantes para as pessoas e de que forma elas foram influenciadas pelos mesmos. A maioria das ações tanto interna como externa foram avaliadas de maneira positiva pelos ex-funcionários. Em relação ao desenvolvimento de uma consciência socioambiental no cotidiano após o desligamento, nota-se que as pessoas procuram seguir alguns preceitos adquiridos durante o seu envolvimento com as atividades desenvolvidas na empresa, mas não praticam atividades voluntárias em entidades.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Sustentabilidade, socioambiental, ética.

ABSTRACT

Organizations increasingly are entering into their strategies the issues related to social responsibility, thus seeking to offer their employees a better quality of life at work. Also seek closer relations with the community by sponsoring social projects and worrying about environmental issues. This study seeks to identify how social responsibility practiced by Serasa Experian may have influenced the behavior of people who participated in the actions taken by the company. The methodology of the aims was exploratory, and according to the method of analysis is characterized as qualitative. The population studied were all former employees of Serasa Experian Cascavel Paraná made up of 5 people. The survey data were collected through a questionnaire, which evaluated the internal and external social responsibility held by the company. They were asked which social responsibility projects developed by Serasa Experian were more important to people and how they were influenced by them. Most actions both internal and external were assessed positively by former employees. Regarding the development of an environmental awareness in daily life after the shutdown, it turns out that people try to follow some precepts acquired during their involvement with the activities of the company, but do not practice voluntary activities in entities.

Keywords: Social Responsibility, Sustainability, Socio-environmental, Ethics

1- INTRODUÇÃO

Está se fortalecendo, cada vez mais, o pensamento de que as empresas devem assumir um papel mais amplo diante da sociedade, desta forma, elas tendem a investir em processos de gestão buscando diferenciais competitivos que venham a melhorar a imagem o grau de responsabilidade e o comprometimento da empresa com as questões sociais.

A responsabilidade social é uma questão que, além de promover o bem-estar dos funcionários e da sociedade, cada vez mais está presente entre os principais itens avaliados por investidores, consumidores e empresários, sendo também um fator determinante para atrair mão de obra qualificada.

A Pesquisa foi realizada na, Serasa Experian fundada em 1968 e denominada inicialmente como Serasa. Com a aquisição em 2007 pela Experian tornou-se uma empresa global e passou a ser chamada Serasa Experian. É hoje, o maior banco de dados de crédito do mundo fora dos Estados Unidos, detendo o maior banco de dados da América Latina sobre consumidores, empresas e grupos econômicos. A Serasa faz parte do grupo Experian, presente em 39 países e líder global em serviços de informação, marketing e gerenciamento de crédito. Há mais de 40 anos presente no mercado brasileiro, a Serasa Experian participa da maioria das decisões de crédito e negócios tomadas no país.

No início do ano de 2012 a Experian, empresa internacional principal acionista da Serasa, ampliou a sua participação acionária, detendo, a partir de então, 99% das ações da Serasa Experian provocando diversas mudanças na estrutura da organização, o que resultou, em 2013, no encerramento das atividades de diversas agências de atendimento ao consumidor da Serasa Experian em todo o Brasil, dentre elas a agência de Cascavel, resultando na demissão dos funcionários.

Sabendo que a Serasa Experian sempre desenvolveu projetos de responsabilidade social, formulou-se o tema/problema da pesquisa: Como a responsabilidade social da Serasa Experian repercutiu na vida dos funcionários que foram desligados da Agência da Serasa Experian de Cascavel?

O objetivo deste trabalho consiste em identificar como a política de Responsabilidade Social da Serasa Experian pode ter influenciado na vida dos funcionários demitidos da Agência da Serasa Experian de Cascavel..

A população-alvo da pesquisa foram todos os ex-colaboradores da Serasa Experian da agência de Cascavel, totalizando 5 pessoas. A pesquisa foi aplicada a toda a população.

Quanto aos procedimentos técnicos, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que de acordo com Fonseca (2002), permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto através do levantamento de dados já analisados e publicados por meios escritos e eletrônicos. Esta técnica possibilitou obter informações sobre a responsabilidade social e como ela é abordada pela organização em estudo.

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi classificada como exploratória, pois tem a função de proporcionar um maior conhecimento sobre o problema tornando-o mais explícito e possibilitando a construção de hipóteses. (GIL, 2007).

O método para análise da pesquisa caracteriza-se como qualitativo, preocupando-se com os aspectos da realidade que não podem ser quantificados. Trabalha com o universo dos

significados, correspondendo a um espaço mais profundo das relações. Segundo Godoy (1995), ela não procura enumerar ou medir os eventos, pois envolve a obtenção de dados descritivos. .

A técnica utilizada para levantamento dos dados foi o questionário, aplicados nos meses de outubro e novembro de 2014, cerca de um ano após as demissões. Os questionários foram enviados por e-mail, garantindo agilidade no contato com os respondentes.

O presente trabalho se justifica pela necessidade de uma avaliação mais atenta sobre como a responsabilidade social pode ser uma fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva para a organização adquirir um diferencial no mundo dos negócios, criando valor perante a sociedade, atraindo mão de obra qualificada e melhorando a sua imagem, visto que toda organização está inserida em um contexto social e ambiental e também para o desenvolvimento de uma consciência socioambiental no cotidiano das pessoas.

2. A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O surgimento de novas exigências do mercado e da sociedade em geral, está fazendo com que muitas empresas sofram grandes mudanças estruturais, principalmente na forma de gestão que tende cada vez mais evidenciar as preocupações com responsabilidade social e ambiental, como explica o instituto Ethos (2012), é necessário que a organização procure interagir com o meio ambiente de forma responsável, avaliando os impactos das atividades, observando os dispositivos legais vigentes, administrando o uso dos recursos naturais necessários à atividade operacional e educando os colaboradores no sentido de assumirem uma consciência de respeito ao meio ambiente, assegurando assim práticas ambientais adequadas na execução de suas atividades.

Para Ashley (2005), a responsabilidade social corporativa está se tornando uma visão hegemônica. Dissemina-se a idéia de que os negócios devem ser feitos de forma ética, obedecendo a rigorosos valores morais e comportamentos universalmente aceitos como apropriados. Destacam-se preocupações com atitudes éticas, promoção de valores morais de direitos humanos, respeito ao meio ambiente e contribuição com a sustentabilidade, além do envolvimento da organização com a comunidade onde se insere contribuindo com o desenvolvimento econômico e humano.

Ainda segundo o autor acima citado, as empresas socialmente responsáveis obtêm benefícios como maior visibilidade, demanda e valorização de suas ações, assim como menor custo de capital, preferência dos investidores, diferenciação pelos consumidores, fortalecimento interno e a própria sustentabilidade do negócio o que também cria valor para as empresas na forma de vantagem competitiva. Esses aspectos tendem a melhorar o desempenho financeiro das empresas.

Conforme Machado Filho (2006), a maior parte do esforço estratégico dos administradores visa o monitoramento da reputação corporativa que é o produto de um processo competitivo onde a empresa sinaliza suas características distintas resultando no seu status moral. Esta preocupação deve-se à crescente exposição das empresas à opinião pública, através dos meios de comunicação que podem disseminar uma boa reputação ou mancha-las em um curto espaço de tempo, e a responsabilidade social pode ajudar a criar ou manter essa reputação criando vantagem competitiva.

De acordo com Ashley (2005), quando a sociedade considera uma empresa cidadã, isto pode trazer uma série de benefícios á empresa, tais como fortalecimento da imagem, atração de talentos, melhor comprometimento e lealdade dos empregados e maior aceitação de clientes.

Para Machado Filho (2006, p. 67) “As ações de responsabilidade social também podem ter um efeito positivo no valor de mercado das organizações. Os investidores são mais

propensos a confiar seus recursos a empresas que desfrutam de uma reputação superior, pelos menores riscos percebidos” ().

O lucro é o motivo da existência das organizações, e a responsabilidade social não pode ser vista como uma obrigação e sim como parte fundamental para potencializar a lucratividade e fator motivacional para os funcionários.

2.1 Ética e responsabilidade social

Conforme esclarece Ashley (2005), as responsabilidades éticas são comportamentos e práticas esperadas ou proibidas por membros da sociedade, apesar de não especificados em leis envolvem expectativas de comportamento para atender aquilo que os stakeholders consideram correto, justo ou de acordo com seus valores morais que dizem respeito a crenças pessoais de comportamento correto ou incorreto.

A responsabilidade ética refere-se a um comportamento apropriado de acordo com as expectativas entre os agentes da sociedade, enquanto a filantropia envolve as empresas na melhoria do ambiente social, como uma extensão da dimensão ética. A responsabilidade econômica implica nas empresas serem produtivas e rentáveis e a responsabilidade legal corresponde às expectativas da sociedade de que as empresas cumpram suas obrigações. As organizações que atingem as expectativas éticas, econômicas e legais seguem uma conduta socialmente responsável onde a governança corporativa é fundamental, envolvendo mecanismos internos e externos, impactando nos resultados efetivos da organização. (MACHADO FILHO, 2006).

Segundo Duarte e Dias (1985) a empresa é uma realidade humana envolvendo o homem por inteiro nas dimensões pessoal, social, política e econômica. A empresa é composta de seres humanos integrados à sociedade, não podendo sobrepor seus interesses aos objetivos da coletividade.

Para Neto e Brennand (2004) as empresas estão utilizando como estratégia de relacionamento e desenvolvimento com os funcionários ações socialmente responsáveis, como capacitação, desenvolvimento pessoal, pesquisa e participação, voluntariado, melhoria da qualidade de vida e ações éticas em relação à gestão de pessoas. Este gerenciamento é o principal fator de alavancagem da cidadania corporativa. A ética é uma das principais dimensões da responsabilidade social não bastando ser uma empresa eticamente conduzida, é necessário que seja vista por todos os seus públicos-alvo como dotada de imagem limpa, honesta e íntegra. Muitas empresas traduzem estes valores através de sua missão e visão e outras elaboram seu próprio código de ética.

“A reputação das empresas para o comportamento ético, incluindo sua integridade percebida em lidar com clientes, fornecedores e outras partes, é parte do valor da sua marca ou nome” (MACHADO FILHO, 2006, p.15).

Neto e Brennand (2004, p. 12) destacam os elementos centrais do modelo empresarial de gestão social.

A prática de ações corporativas socialmente responsáveis implica programas, projetos e campanhas constantes (regularidade) e ferramentas com foco e objetivos claramente definidos (intensidade) e dispor de ações de responsabilidade social e de sustentabilidade (qualidade).

Os projetos de responsabilidade social desenvolvidos de forma ética contemplam o acompanhamento de resultados, pois é de total interesse da instituição que desenvolveu estes projetos, saber se essas ações estão contribuindo para a formação de uma sociedade mais justa e avaliar o quanto estes resultados são positivos e de que forma podem ser melhorados.

3. EDUCAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Além do compromisso que as organizações estão desenvolvendo com a responsabilidade social, é possível que elas contribuam para o desenvolvimento sustentável envolvendo seus colaboradores, incentivando comportamentos que vão além daquilo que é esperado em suas atividades normais. É possível desenvolver práticas que estimulem a percepção social e comportamentos que beneficiem a sociedade e o meio ambiente. Bowditch e Buono (2000, p. 65) descreve como a percepção social pode ser influenciada:

A mobilização social participativa depende da intervenção de lideranças locais e principalmente do estímulo à participação de todos na melhoria da qualidade de vida. A participação popular amplia as possibilidades de desenvolvimento da sociedade facilitando a avaliação de interesses e opiniões importantes nas tomadas de decisões (LAZZAROTTO, 2006).

O ambiente de trabalho pode fortemente influenciar um empregado em sua integração social, na sua autoestima e no alcance de sua identidade pessoal.

Para Walton citado por Bowditch e Buono (2000), as organizações que não agem de um modo socialmente responsável fazem com que muitos de seus funcionários depreciem o valor de seu trabalho e suas carreiras, o que por sua vez irá afetar a autoestima de cada um. O trabalhador percebe a organização como socialmente responsável em seus produtos, eliminação de detritos, técnicas de marketing, participação em campanhas políticas e assim por diante

De acordo Bezerra e Fernandes citado por Lazzarotto (2006) a empresa pode atuar de forma muito simples na educação socioambiental de seus colaboradores, como por exemplo, promover ações de conscientização para a separação e reciclagem do lixo, como é o caso dos plásticos, que são muito utilizados pela população e que levam muitos anos para serem degradados. A educação ambiental configura uma estratégia que pode contribuir para a diminuição dos problemas ambientais e de saúde.

Ainda sobre o conceito de educação, Dias citado por Lazzarotto (2006, p. 23) afirma que:

A educação ambiental é um processo permanente no qual os indivíduos e a sociedade tomam consciência da condição do seu ambiente e adquirem os conhecimentos, os valores, as habilidades, as experiências e a determinação que os tornam aptos a agir – individual e coletivamente- e resolver problemas ambientais.

Além da necessidade de divulgar informações relativas ao conhecimento socioambiental, é importante que a empresa ofereça aos empregados, treinamentos sobre o assunto, afim de que possam desenvolver um comportamento adequado não só dentro da empresa, mas em suas atividades diárias em qualquer ambiente (DONAIRE, 1999).

Através da educação e da prática do voluntariado é possível modificar a atitude das pessoas e capacitá-las para agirem de forma mais responsável, preocupando-se com as repercussões de suas ações e tornando-as aptas para enfrentar os desafios socioambientais impostos pela própria irresponsabilidade humana.

4. RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA E EXTERNA

O exercício da responsabilidade social contempla a idéia de que a empresa irá atuar de forma responsável tanto no ambiente interno como externo. O ambiente interno refere-se aos funcionários e dependentes enquanto o ambiente externo refere-se à comunidade, fornecedores, consumidores, entre outros. A empresa cidadã atua nos dois ambientes, porém não é sempre que ocorre essa atitude de cidadania, há casos em que as empresas atuam em apenas uma das dimensões (MELO NETO & FROES, 2001).

Para esclarecer a visão sobre os beneficiários da Responsabilidade Social, Oliveira citado por Wissmann (2007) descreve as preocupações com os diferentes públicos:

1. Os Empregados pertencentes ao ambiente interno - devem ser vistos pela empresa como seres humanos que precisam ser respeitados e devidamente recompensados pelas suas contribuições à empresa. Esta recompensa não se refere apenas ao aspecto monetário, eles esperam da empresa maior atenção para com as condições de trabalho e a ampla utilização de suas potencialidades;
2. Os consumidores pertencentes ao ambiente externo - esta categoria é responsável pelo sucesso ou fracasso da empresa. O que o consumidor espera é que as empresas produzam com boa qualidade, dêem garantias de seus produtos, tenham lealdade em suas propagandas e anúncios e em toda sua relação para com os consumidores;
3. Os credores e fornecedores (pertencentes ao ambiente externo - o que os credores e fornecedores esperam das empresas é o cumprimento dos prazos estipulados entre si, a lealdade e a reciprocidade nas suas relações comercial;
4. A comunidade pertencente ao ambiente externo - É formada por diversos grupos que esperam comportamentos socialmente responsáveis da empresa. Os grupos podem ser formados por intelectuais, ambientalistas, sindicatos, pesquisadores, consumeristas, humanistas e até mesmo os concorrentes da empresa. Todos eles têm interesses definidos e a empresa, como uma instituição de poder dentro da sociedade, está sujeita a ser convidada a resolver os problemas individuais de alguns ou de todos os grupos.

A Responsabilidade Social interna focaliza em motivar seus funcionários para um ótimo desempenho, criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para seu bem-estar promovendo a saúde e a educação investindo no desenvolvimento pessoal e profissional, em contrapartida, a responsabilidade social externa focaliza a comunidade, consumidores, a sociedade em geral por meio de ações voltadas principalmente às áreas de assistência social, cultura, inclusão social e ecologia.

5. RESULTADOS

5.2 Análise dos dados pesquisados

A seguir apresentam-se os resultados dos questionários aplicados aos ex-funcionários da empresa.

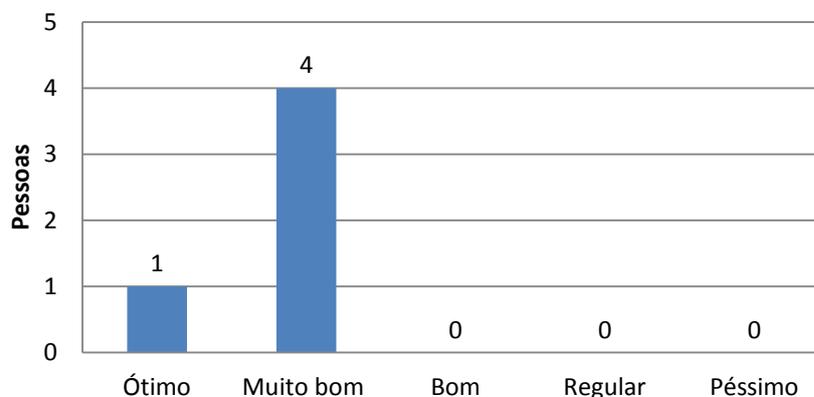


Gráfico 01 – Tempo de trabalho na Serasa Experian

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se que o período de permanência dos funcionários na Serasa Experian não foi muito longo. Foram identificadas duas pessoas com o período de permanência de 1 a 3 anos e três pessoas com o período de permanência na empresa de 4 a 7 anos. Não houve nenhuma pessoa na população pesquisada que trabalhou na empresa por mais de 7 anos.

5.2.1 Responsabilidade social interna

A população em estudo foi questionada sobre as práticas de responsabilidade interna, ou seja, a preocupação com o ambiente físico e social nas relações de trabalho visando o bem estar das pessoas..

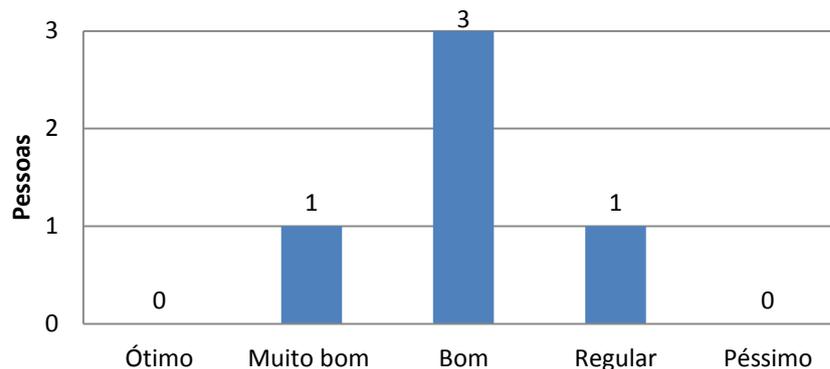


Gráfico 02 – Ambiente de trabalho

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao ambiente de trabalho, quatro pessoas das cinco que responderam o questionário, consideravam muito bom, enquanto uma pessoa respondeu que considerava ótimo. Este é um aspecto muito importante, pois indica que o ambiente de trabalho era agradável e saudável, o que contribui para o bem-estar e satisfação do trabalhador.

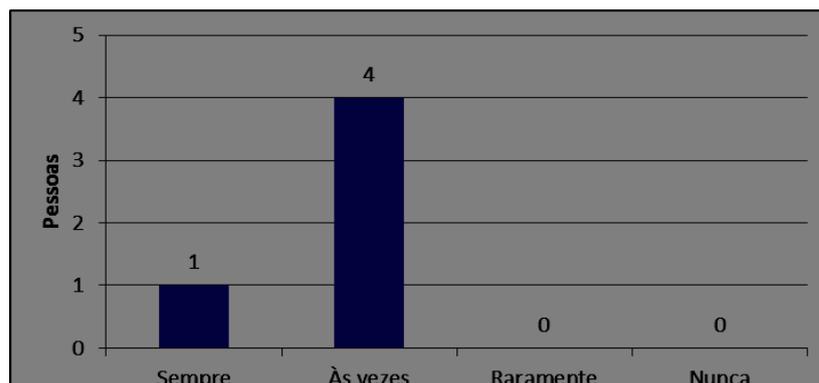


Gráfico 03 – Pressão para o alcance das metas

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme gráfico acima, quatro pessoas responderam que havia pressão apenas às vezes, uma pessoa respondeu que havia pressão sempre. O estabelecimento de metas é importante para estimular as pessoas a criar os meios para o alcançá-las, no entanto, se no ambiente de trabalho não existir um clima favorável ao diálogo e a discussão, os desafios estabelecidos podem se tornar uma obrigação gerando conflitos e problemas de relacionamento entre superiores e subordinados

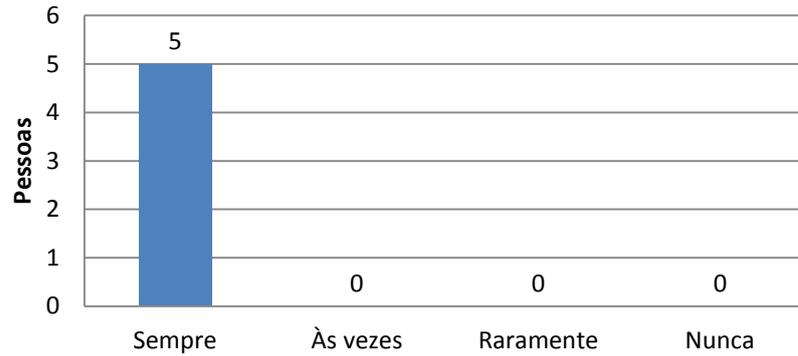


Gráfico 04 – Relação com a chefia

Fonte: Dados da pesquisa

As respostas sobre a relação com a chefia ficaram divididas, mas os resultados apontam para uma boa relação, pois uma pessoa respondeu que era muito bom, três responderam que era bom e apenas uma pessoa considerava esta relação regular.

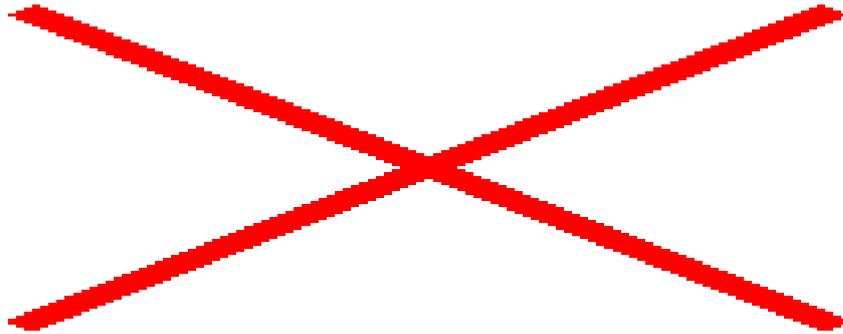


Gráfico 05 – Clareza na divulgação do programa

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação a maneira de divulgação do programa de responsabilidade **social** as respostas foram unânime, as cinco pessoas responderam que sempre os programas eram colocados de forma e clara e de fácil entendimento. Isso indica que havia um bom engajamento dos trabalhadores nestes programas.

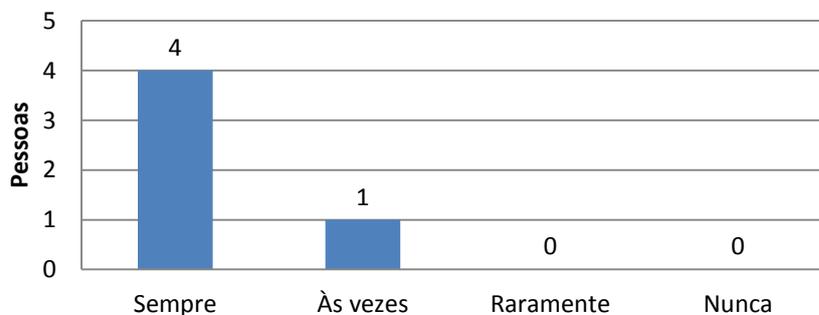


Gráfico 06 – Participação das chefias

Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico acima demonstra que as chefias estavam engajadas nos programas de responsabilidade social da empresa. Quatro pessoas responderam que as chefias participavam sempre e uma respondeu que participavam às vezes.

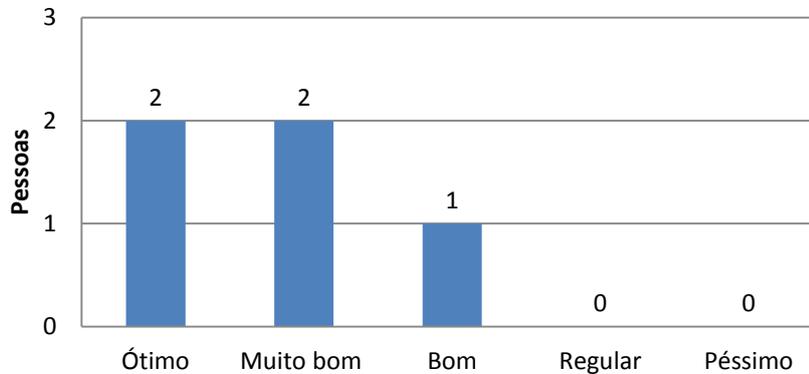


Gráfico 7 – Disponibilidade de tempo durante a jornada de trabalho para se dedicar com o programa de responsabilidade social

Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 7 buscou identificar a opinião dos pesquisados sobre a disponibilidade de tempo durante a jornada de trabalho para desenvolver ações relacionadas ao tema, três pessoas responderam que havia tempo sempre e duas pessoas responderam que havia tempo às vezes. Este fator é importante, pois o envolvimento das pessoas ocorre na medida que estas atividades não atrapalhem a vida das pessoas ocupando parte de seu lazer convívio com a família e outras atividades fora do ambiente de trabalho.

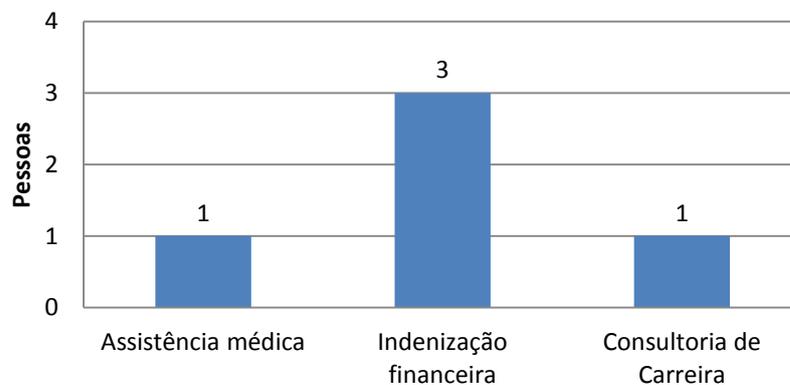


Gráfico 8 – Avaliação da extensão de alguns benefícios oferecidos no ato do desligamento

Fonte: Dados da pesquisa

No ano de 2013, a agência de atendimento ao consumidor da Serasa Experian de Cascavel encerrou as suas atividades e demitiu seus funcionários. Neste momento foi oferecido aos funcionários algumas extensões de benefícios e também uma indenização em dinheiro. Foi perguntado a estes funcionários como eles avaliaram estes benefícios e as respostas foram positivas. Duas pessoas respectivamente avaliaram como ótimo e muito bom e uma avaliou como bom.

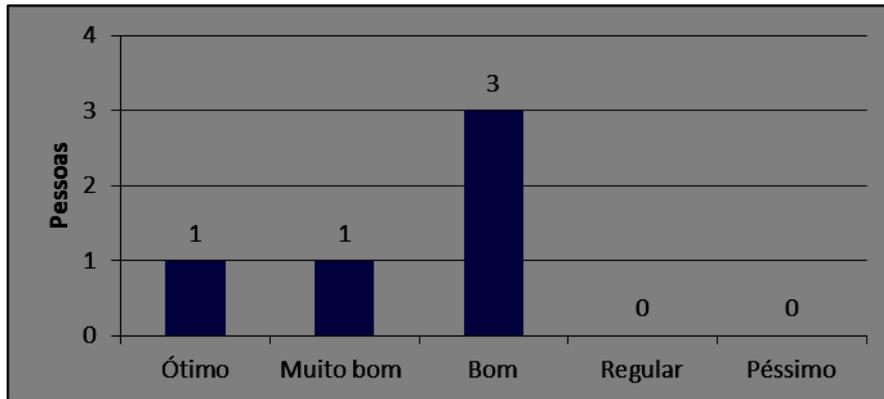


Gráfico 09 – Avaliação da consultoria especializada contratada pela empresa para conduzir o processo de demissão

Fonte: Dados da pesquisa

Com o objetivo de tornar o processo de demissão um momento de transição para um novo trabalho, a Serasa Experian contratou uma consultoria especializada em carreira para orientar os funcionários em relação a colocação no mercado de trabalho. Foi perguntado a estes ex-funcionários como eles avaliaram esta consultoria. Três pessoas consideraram a consultoria como boa, uma considerou muito boa e uma avaliou como ótima

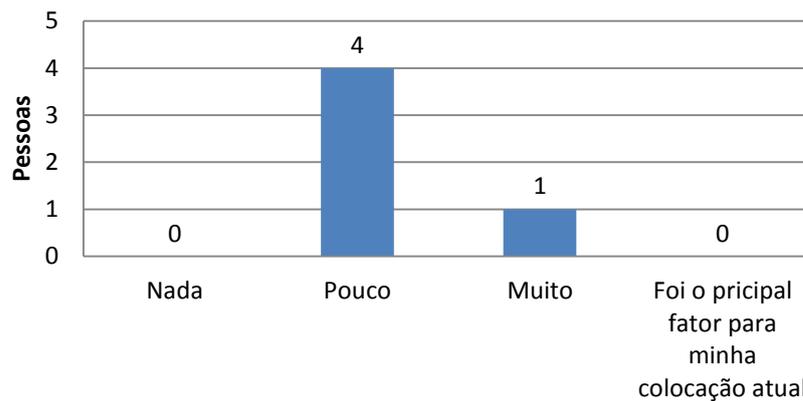


Gráfico 10 – Importância dos benefícios oferecidos no desligamento

Fonte: Dados da pesquisa

Foi questionado junto aos pesquisados qual o benefício que consideraram o mais importante no ato do desligamento. O item mais citado foi a indenização financeira, citado por três pessoas, pois proporcionou um suporte durante o período que ficaram sem trabalho. Uma pessoa citou a assistência médica como benefício mais importante, e uma destacou a consultoria de carreira, pois assim sentiu-se mais segura para buscar um novo trabalho.

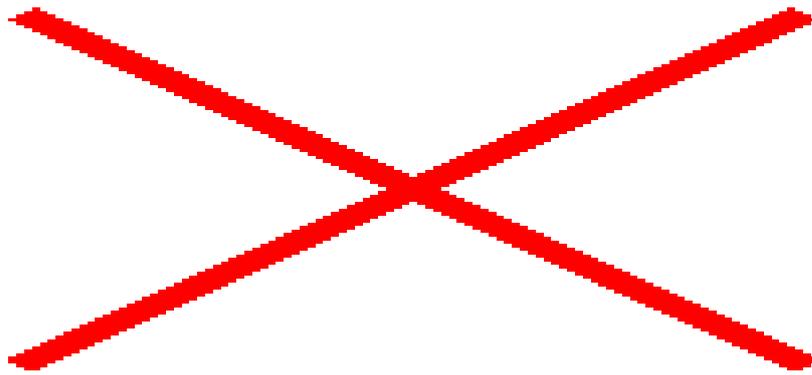


Gráfico 11 –Influencia da consultoria especializada para a sua colocação atual

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação a influencia da consultoria para recolocação das pessoas no mercado de trabalho, quatro pessoas responderam que influenciou pouco e apenas uma pessoa disse que influenciou muito. Isso indica que apesar da população pesquisada ter considerado a consultoria especializada como boa, não houve muitas repercussões deste trabalho na vida delas.

5.2.2 Responsabilidade social externa

A seguir apresenta-se os resultados referente a avaliação dos ex-funcionários em relação a atuação da empresa a comunidade.

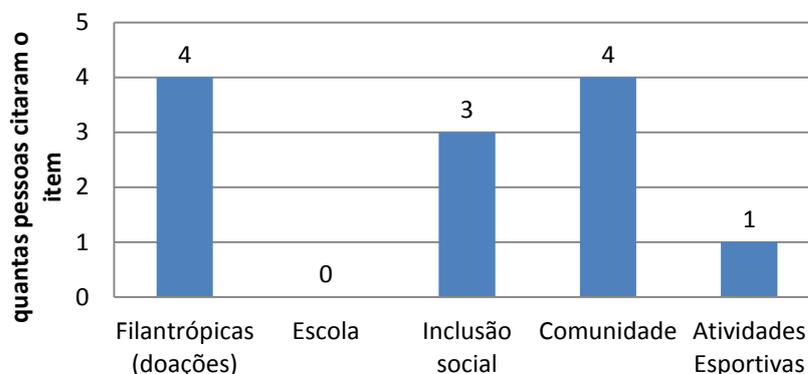


Gráfico 12– Ações de responsabilidade social na comunidade

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto aos programas de Responsabilidade Social da empresa com a comunidade, foi perguntado que tipo de ações a Serasa Experian realizava. Esta pergunta permitia ao respondente assinalar mais de uma resposta, os itens mais lembrados foram as atividades filantrópicas (doações), lembrados por quatro e as ações com a comunidade em geral, que foi assinalado também por quatro pessoas. Três pessoas mencionaram também a inclusão social e uma assinalou ainda as atividades esportivas. O item escola não foi assinalado nenhuma vez.

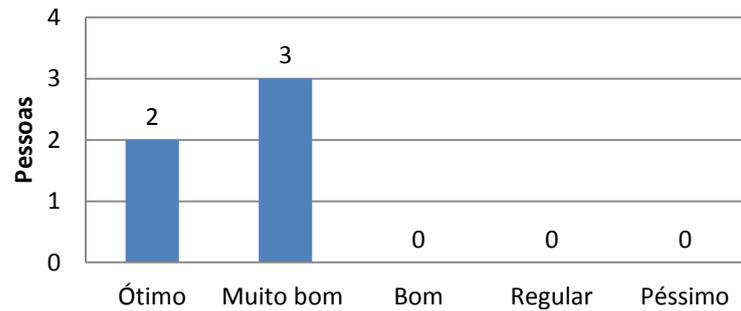


Gráfico 13 – Flexibilidade de horário para participar das ações de responsabilidade social

Fonte: Dados da pesquisa

A população também foi questionada sobre a flexibilidade dos horários para participar das ações. Três pessoas responderam que os horários sempre eram negociados com os funcionários e duas pessoas responderam às vezes. O fato de a empresa negociar com os trabalhadores o horário em que as ações sejam desenvolvidas pode ter facilitado a participação de todos nestas ações.

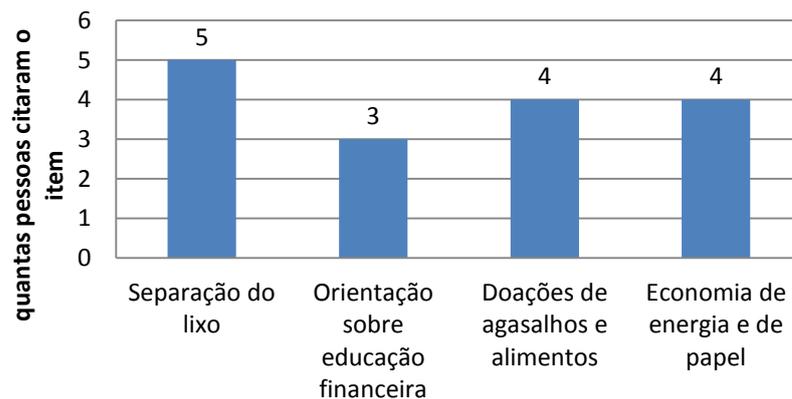


Gráfico 14 – Avaliação das ações de responsabilidade social praticada pela empresa

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto a avaliação das ações, de uma maneira geral, duas pessoas responderam que avaliam como ótimo e três pessoas avaliam como muito bom. Isso indica que mesmo após o desligamento estas pessoas continuam com uma boa impressão a respeito dos projetos de responsabilidade social desenvolvidos pela Serasa Experian.

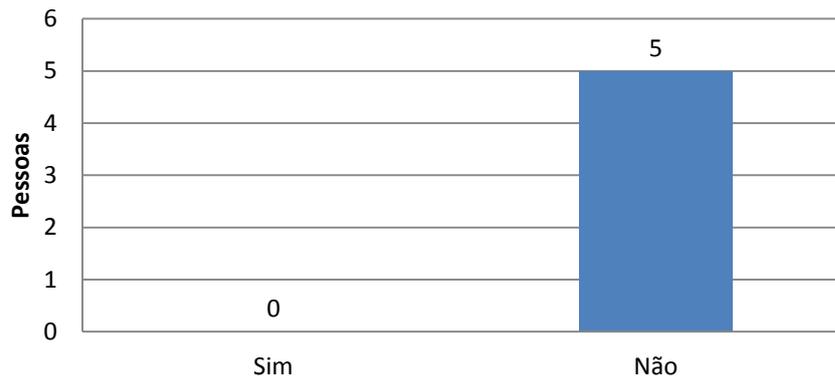


Gráfico 15 – realização de ações de responsabilidade social no cotidiano

Fonte: Dados da pesquisa

Os ex-colaboradores foram indagados a citar que tipos de ações são feitas no cotidiano relacionado ao comportamento socialmente responsável. Os itens mais citados aparecem no gráfico pelo número de vezes que foram lembrados, sendo que cada respondente citou mais de um item. O item que mais apareceu nas respostas foi a separação do lixo, sendo que todos os cinco respondentes citaram este item. Quatro pessoas citaram que fazem doações de agasalhos e alimentos esporadicamente. Também quatro pessoas citaram a economia de energia e de papel e três pessoas citaram a orientação sobre educação financeira principalmente na família e no trabalho. Estas respostas sugerem que estas pessoas desenvolveram uma consciência socioambiental a partir dos conhecimentos adquiridos com os programas de responsabilidade social da Serasa Experian.

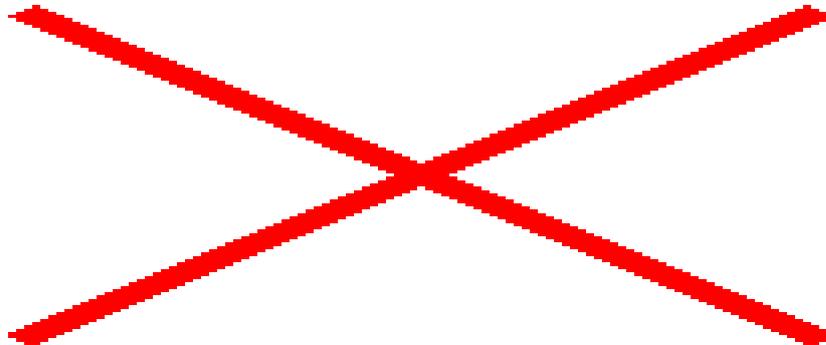


Gráfico 16 – Participação voluntária em instituição beneficente

Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 16 mostra que nenhum dos pesquisados participam de maneira voluntária em instituições beneficentes. A Serasa Experian mantinha parcerias com instituições beneficentes o que facilitava a participação de todos os trabalhadores em atividades voluntárias. Após o desligamento as pessoas não buscaram mais estabelecer vínculos com as instituições beneficentes. Esta situação remete à reflexão sobre a importância de as empresas incentivarem a participação voluntária em instituições beneficentes e principalmente estabelecerem vínculos para que as ações voluntárias dos trabalhadores sejam facilitadas.

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para que os objetivos da Responsabilidade Social sejam alcançados é necessário não só esforço das empresas em desenvolver projetos voltados ao bem estar da sociedade, mas também, que se desenvolva uma consciência entre as pessoas de que todos podem contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e na preservação dos recursos naturais, garantindo com isso, o bem estar para as próximas gerações..

O presente trabalho buscou identificar como a responsabilidade social praticada pela Serasa Experian pode ter influenciado as pessoas que participaram das ações da empresa após o desligamento.

Os resultados do trabalho mostram que a Serasa Experian desenvolvia diversos programas de Responsabilidade Social em diversas áreas. Outro aspecto de grande importância é que a empresa sempre tentava envolver os trabalhadores nestes projetos aumentando ainda mais a sua abrangência, colocando cada vez mais pessoas engajadas com os programas e tentando desenvolver a consciência da responsabilidade e do compromisso que cada um deve ter para com as questões sociais e ambientais.

Os resultados da pesquisa mostram que as pessoas estavam satisfeitas com o ambiente interno da empresa e que elas percebiam os benefícios dos programas voltados ao público interno e consideravam que era muito bom. Na pesquisa foram citados diferentes benefícios como o mais importante, demonstrando que cada pessoa se beneficiou de forma diferente dos programas, cada um de acordo com sua necessidade mostrando que os programas da empresa atendiam diferentes aspectos.

As respostas obtidas evidenciam que as pessoas se relacionavam bem e que havia engajamento da equipe nos programas de responsabilidade social. Percebe-se também, que todos tinham conhecimento dos projetos da empresa e que eram incentivados a participar como voluntários nas ações.

Quanto à consciência que os programas de responsabilidade social da Serasa Experian podem ter desenvolvido na população em estudo, as respostas indicam que todos os respondentes foram e são influenciados até hoje.

No que diz respeito à consultoria especializada em carreira que a empresa contratou para orientar os trabalhadores no momento da demissão, ficou claro que apesar de todos terem avaliado a consultoria como boa ou ótima ela não teve grandes repercussões no desenvolvimento destas pessoas. Os respondentes avaliaram que a consultoria pouco ajudou para a sua colocação atual. Esta situação coloca em evidência a preocupação com os resultados dos programas, pois este poderia ser um dos programas mais importantes, influenciando na continuidade da carreira dos respondentes..

Um dos fatores analisados, foi se as pessoas continuavam a participar de forma voluntária em alguma instituição beneficente, neste fator nenhum dos respondentes continuam participando de maneira voluntária em instituições beneficentes. Enquanto estavam trabalhando na Serasa a empresa mantinha parcerias com estas instituições, o que facilitava a atuação nas mesmas. Isso mostra a dificuldade que as pessoas têm de assumir um compromisso individual maior e que seja constante.

É necessário frisar também que algumas pessoas citaram na pesquisa que estão tentando levar a diante os conhecimentos adquiridos com os projetos da Serasa. Elas comentaram que espalham este conhecimento em casa na família e no ambiente de trabalho atual. Isso mostra o quão profundamente estes projetos foram absorvidos por estas pessoas e a importância que deve ser atribuída aos mesmos, pois cada vez mais pessoas podem estar recebendo este conhecimento e tendo seus hábitos influenciados positivamente por ele.

As pessoas que participaram da pesquisa consideram que até hoje os programas de Responsabilidade Social da Serasa Experian influenciam de alguma forma em sua vida. Isso ocorre primeiramente pela forma como estas pessoas aprenderam a ver o mundo e seus problemas e o que cada um pode fazer para melhorar. O conhecimento adquirido jamais será tirado destas pessoas, mas é necessário manter acesa a chama da vontade de fazer melhor, por isso é necessário um incentivo para que com o tempo elas não venham a desistir nem mesmo daqueles hábitos simples nem na participação de projetos que ajudam na construção de um mundo melhor. Aí entra a responsabilidade que as empresas devem ter com as iniciativas de programas e ações sociais e ambientais. Elas devem servir de exemplo e de alicerce para que as pessoas contribuam com a preservação do Meio Ambiente e participem da construção de uma sociedade mais justa.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social é um tema que está ganhando cada vez mais proporções no meio empresarial. Crescem aceleradamente as exigências dos consumidores, trabalhadores e da sociedade em geral em relação às obrigações que as empresas devem assumir com as questões sociais e ambientais.

O tema deste trabalho tem grande destaque na atualidade e as empresas devem buscar integrá-lo à sua política de gestão e produção. O presente trabalho ajuda esclarecer a importância da atuação das empresas em programas voltados a Responsabilidade Social, mostrando como as boas práticas podem ser multiplicadas e a forma com que elas podem influenciar no comportamento das pessoas.

A pesquisa identificou que a população em estudo desenvolveu hábitos ligados à Responsabilidade Social praticada pela Serasa Experian. As atitudes destas pessoas indicam a consciência que elas desenvolveram em relação ao dever que cada um deve ter para com as questões sociais e ambientais.

Sabe-se que são poucas as empresas que desenvolvem programas de Responsabilidade Social e algumas apenas realizam ações com o intuito de promover a sua imagem sem se preocupar com os resultados. Este trabalho pode servir de exemplo de como os projetos desenvolvidos pelas empresas, quando levados a sério em seus objetivos, podem mudar a vida de muitas pessoas. Destaca-se o envolvimento dos trabalhadores em atividades de voluntariado, estimulando assim o engajamento de cada vez mais pessoas nas ações e a conscientização em relação ao tema. Isso mostra que através de programas voltados a Responsabilidade Social, as instituições têm a capacidade de promover mudanças favoráveis às gerações futuras e a construção de uma sociedade mais justa.

REFERÊNCIAS

ASHLEY Patricia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. Editora Saraiva, 2005.

BOWDITCH James L.; BUONO Anthony F. **Elementos de comportamento organizacional**. 4 ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

DONAIRE Denis. **Gestão Ambiental na empresa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

DUARTE Gleuso Damasceno; DIAS Jose Maria A. M. **Responsabilidade social: A empresa hoje**. Editora Livros Tecnicos e Cientificos, 1986.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**. São Paulo, v. 35, n. 2, mar./abr. 1995, p. 57-63.

GOMES Adriano; MORETTI Sergio. **A responsabilidade e o social**: Uma discussão sobre o papel das empresas. Editora Saraiva 2007.

LAZZAROTTO Elizabeth Maria. **Educação Ambiental, Saúde e Sociedade**. 1 ed. Coluna do Saber, 2006.

MACHADO Claudio Pinheiro Filho. **Responsabilidade Social e Governança**: O debate e as implicações. Editora Pioneira Thomson Learning, 2006.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**: Planejamento e execuções de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise de dados. 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Gestão da Responsabilidade Social corporativa**: o caso brasileiro (da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social). Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NETO Francisco Paulo de Melo; BRENNAND Jorgiana Melo. **Empresas Socialmente Sustentáveis**: O novo desafio da gestão moderna. Editora Qualitymark, 2004.

Serasa Experian. Disponível em: <http://www.serasaexperian.com.br/quem-somos/institucional/> acesso em Novembro de 2014.

TACHIZAWA Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: Estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 6 Ed. Editora Atlas, 2010.

WISSMANN Martin Airton. **Responsabilidade social e balanço social**. Editora Univel, 2007.