

**PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A EMPRESA AGROVALE EM JUAZEIRO-BA**

*SOCIAL RESPONSIBILITY PROJECTS: A CASE STUDY IN THE COMPANY AGROVALE JUAZEIRO-BA*

**Kleber Ávila Ribeiro**  
**Elaine Agnacilda de Azevedo**  
**Shirlei Anne granja torres**

**UNEB - Universidade do Estado da Bahia**  
ribeirokleber68@gmail.com

**RESUMO**

Este trabalho tem por objetivo mostra como os programas sociais desenvolvidos pela empresa AGROVALE, no período de 2007 a 2011, no município de Juazeiro-BA, tem contribuído para o desenvolvimento profissional de seus funcionários e os reflexos de suas ações na qualidade de vida de seus colaboradores e da comunidade onde encontra-se inserida. Para elaboração da pesquisa, utilizou-se uma amostra composta por 80 pessoas, dentre funcionários, dependentes e membros da comunidade em geral. O critério utilizado para o escopo da pesquisa foi ter sido beneficiado por pelo menos um dos programas sociais aplicados pela empresa. A pesquisa apontou que a empresa pesquisada tem contribuído para o desenvolvimento social e econômico não só dos funcionários da empresa, mas, para melhoria da qualidade de vida de toda a comunidade que seus projetos beneficiam.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social. Desenvolvimento Social. Sustentabilidade

**ABSTRACT**

This aims to show how the social programs developed by Agrovale company, from 2007 to 2011 in the city of Juazeiro-BA, has contributed to the professional development of its employees and the consequences of their actions on quality of life of its employees and the community in which is inserted. For the preparation of the research, a sample was used consisting of 80 people, including employees, dependents and community members in general. The criterion for the scope of the research was to have been benefited by at least one of the social programs implemented by the company. The survey showed that the investigated company has contributed to the social and economic development of not only the employees, but to improve the quality of life of the whole community that their projects benefit.

**Keywords:** Social Responsibility. Social development. Sustainability

## INTRODUÇÃO

Num período marcado por profundas mudanças estruturais societárias, mudanças estas impulsionadas a partir do processo de abertura comercial iniciada no início da década de 1990, pode-se afirmar que de modo inequívoco, as organizações vem atuando como elemento catalisador na promoção do desenvolvimento econômico e social de regiões, e localidade onde encontram-se inseridas. Tal postura pode ser comprovada mediante conjunto de ações voltado para uma efetiva articulação das relações sociais, com vistas a promover o bem-estar social em diferentes escalas ((local, regional e global), tendo por objetivo à redução da desigualdade social das populações que se encontram em condições de vulnerabilidade social.

A existência de uma consciência empresarial responsável é fundamental para que haja possibilidade de engajamento de todos no processo desenvolvimento, objetivando a preservação do meio ambiente, do patrimônio cultural, a promoção dos direitos humanos e a construção de uma sociedade economicamente próspera e socialmente justa. (REIS e MEDEIROS, 2011).

As empresas são constituídas com intuito de atender a uma determinada demanda, algumas, em sua maioria, almejam auferir lucro financeiro, outras optam por resultados satisfatórios que não venham comprometer sua sobrevivência no mercado em que atuam. Entretanto, é necessário que haja equilíbrio entre os interesses dos acionistas e agir com responsabilidade social junto à comunidade. Segundo Porter e Kramer (2002), [...] as empresas atuam como agentes sociais no processo de desenvolvimento. Torna-se fundamental, que as organizações assumam não só o papel de produtoras de bens e serviços, como também de responsáveis pelo bem-estar de seus funcionários e da sociedade.

Em muitas organizações esses programas se restringem a ações isoladas e periféricas ao negócio da organização, enquanto que em outras, a responsabilidade social é considerada estrategicamente e permeia todo o negócio da empresa. Diante desse contexto, o problema que norteou esta pesquisa foi: Qual a contribuição dada pela empresa, objeto deste estudo, para o desenvolvimento profissional de seus colaboradores, assim como suas ações de responsabilidade social refletiram na qualidade de vida de seus colaboradores e da comunidade no período de 2007 a 2011?

Durante o estudo, buscou-se narrar a história da Agrovale, trazendo para o cenário atual, desenvolvendo algumas ideias importantes para o tema, até que ponto os programas sociais aplicados pela empresa tem contribuído para o desenvolvimento profissional de seus funcionários e os reflexos de suas ações sobre a qualidade de vida de seus colaboradores e comunidade em que encontra-se inserida.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

Atualmente, pode-se notar que cada vez mais, os investimentos sociais das empresas vêm despertando atenção da sociedade, levando-as a intensificarem suas ações direcionando-as para as comunidades onde encontram-se instaladas, buscando construir uma imagem de empresa cidadã, visto que já perceberam o valor estratégico de uma gestão focada na responsabilidade social e dos resultados positivos dela oriundo, como maior aceitabilidade e legitimidade organizacional.

### **Conceito**

Etimologicamente, a palavra responsabilidade deriva do latim. Segundo o dicionário Michaelis, responsabilidade é “a qualidade de responsável”, que “responde por atos próprios ou de outrem”, que “deve satisfazer os seus compromissos ou de outrem”.

Por ser um conceito em construção e em fase de intensos estudos no meio acadêmico e de experimentação no meio empresarial, a responsabilidade social recebe muitas definições.

Dentro de uma visão mais genérica, responsabilidade social é o compromisso continuado de cidadãos (agentes individuais ou empresariais) pautados pela ética e destinados à promoção do desenvolvimento social, ambiental e econômico, melhorando a qualidade de vida atual e futura da sociedade beneficiada e envolvida nesse processo. Embora se confunda, muitas vezes, responsabilidade social com “ações sociais” de

quinho filantrópico, ainda não existe um conceito que responda plenamente a essência do que se espera de uma conduta socialmente responsável das empresas.

As empresas trabalham num contexto ao qual estão subordinadas para sobreviver, se manter e desenvolver. Os recursos necessários para o funcionamento das organizações são conseguidos do ambiente e para ele são dirigidas suas operações e atuam num ambiente dinâmico entre vários agentes ou grupos sociais.(CHIAVENATO, 1997).

O conceito de empresa socialmente responsável se aplicará àquela que atue de forma que atinja ou exceda as expectativas éticas, legais e comerciais do ambiente social com dimensões legais de respeito pelas pessoas, comunidades e meio ambiente a que está inserida.

O termo responsabilidade social nada mais é que o comprometimento do empresário com a adoção de um padrão ético de comportamento, contribuindo para o desenvolvimento econômico, uma estratégia que não só melhora a qualidade de vida de seus funcionários, mas a multiplica por meio de suas famílias, da comunidade, da sociedade. É a empresa atuando como agente social no processo de desenvolvimento. (VILLELA, 1999, p.2).

A discussão acerca das problemáticas sociais, tais como ética e valores morais, vem provocando discussões no âmbito empresarial. Os indivíduos estão preocupados em ter um ambiente saudável, voltado para o bem estar, com educação e cultura. E é desta forma que as organizações, cada vez mais, estão levando a sério os investimentos no social, seja pensando no retorno em *marketing*, saindo à frente da concorrência, sejam pelos benefícios fiscais que deles venham usufruir.

A responsabilidade social é ajudar o desenvolvimento da sociedade e não denegrir o meio ambiente não é suficiente para uma empresa ser vista como socialmente responsável. É importante investir no bem-estar dos seus colaboradores e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável, além de trabalhar com transparência e garantir o retorno aos cotistas e satisfação aos seus clientes.(MELO NETO, 1999, p. 78).

### **O surgimento da responsabilidade social**

A Responsabilidade Social surgiu na Europa no período do pós-guerra, e adentrando no contexto da Guerra Fria, as empresas privadas acabaram se sensibilizando do dever de realizar ações sociais. Houve a necessidade de recuperar os

países devastados pela guerra fez com que a consciência aflorasse nas entidades, dando impulso para uma nova filosofia de gestão. E para dar conta do quê, como, quando, onde e por que realizavam esse trabalho, originaram-se os balanços sociais, que em países como França, Itália e Espanha são objeto de extensas legislações que conferem rigor às publicações.

Em 1919, a Justiça Americana julgou como improcedente, a atitude de Henry Ford, de investir na capacidade de produção, aumentar os salários e criar um fundo de reservas. Alegando o não favorecimento do lucro aos acionistas. Já em 1953, a Justiça Americana julgou favorável a decisão de uma empresa doar recursos para a Universidade de Princeton em detrimento dos acionistas. Nasce o exercício da filantropia corporativa.

Dentre os países da América Latina, o Brasil é o país que mais pratica e discute acerca responsabilidade social, mediante realização de seminários e encontros para debater questões voltadas para o papel das empresas como agentes de transformação social. Com a abertura comercial do Brasil no início da década de 90, que permitiu a entrada de empresas e produtos com preço e qualidade similares ou superiores aos nacionais, houve, um despertar das organizações para a necessidade de realizarem profundas transformações em sua cadeia produtiva, buscando se tornarem competitivas face à concorrência estrangeira, e conquistar a fidelidade de seus clientes.

A ideia começou a ser discutida em nosso país ainda nos anos 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Onde começou a incorporar uma moral empresarial, na qual as empresas não teriam o direito de produzir e vender o que desejassem. Teoria esta que caiu em desuso na década seguinte, pois as empresas precisavam gerar riqueza e auferir seus lucros abordando o novo contexto econômico. Embora já motivasse discussões, apenas em 1977 é que a temática mereceu destaque, a ponto de ser tema central do II Encontro Nacional de Dirigentes de Empresa. A proposta só ganha destaque na mídia e visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lança em junho de 1977, uma campanha pela divulgação do balanço social. A campanha contra a fome e a miséria motivou a criação do Marco Legal do Terceiro Setor.

Mas, somente em 1984 é publicado o primeiro balanço social de uma empresa brasileira. E, a partir disso, várias empresas passam a divulgar o balanço anualmente.

“Em novembro de 1997, o IBASE lançou o selo do balanço social para estimular a participação das organizações.” (Damante e Nassar, 2002).

Como incentivo, foi dado às empresas que contribuam para a área social, isenção tributária. O projeto de lei 4690 – Marco Legal do Terceiro Setor – atingiu as OSC (Organizações da Sociedade Civil) ou OSCIP (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público) por entender que estas atuam em benefício da sociedade em geral e são de caráter ou interesse públicos. Essas tem a obrigação de prestar contas não só ao governo como a toda a sociedade, a quem cabe também à fiscalização.

### **Cenário atual**

As organizações, antes comumente controladas pelo setor público, perceberam que precisam competir entre si pela obtenção de fundos e que necessitam diversificar suas fontes de financiamento para complementar as doações governamentais. Com o afastamento do primeiro setor (organizações estatais) frente à responsabilidade social pode ser o fator que contribui para o avanço do terceiro setor na área privada (segundo setor). O terceiro setor vem preencher a lacuna deixada pelo Estado. As visíveis limitações do setor público como supridor de serviços estão convencendo os governos em todo o mundo a delegar responsabilidades para o gerenciamento de serviços.

Ao lado do estado e do mercado, entidades comunitárias como as organizações não governamentais e as igrejas estão formando uma nova ordem social, cujas características são: predomínio da ação comunitária sobre ação estatal e empresarial; mudanças na relação cidadão-governo; surgimento de uma nova concepção de Estado; substituição dos interesses corporativos pelos sociais; diminuição da influência da burocracia estatal e aumento da influência das entidades comunitárias; abertura de novos canais de reivindicações sociais; emergência de redes de solidariedade social. (MELO NETO & FROES, 1999: p.2).

Até pouco tempo atrás, fatores como preço, qualidade, tecnologia e atendimento ao cliente eram os itens de maior o discurso das empresas para garantir confiabilidade e credibilidade junto aos públicos. Hoje, as organizações ultrapassam essas questões, com um público mais exigente e questionador quanto ao papel desempenhado por elas, esse conceito demonstra a responsabilidade social e cidadania nessas instituições. Este tema

vem ganhando notoriedade tanto na opinião pública, na mídia, quanto no meio corporativo. As empresas-cidadãs são vistas como socialmente responsáveis e, se assim o são, é porque realizam investimentos estratégicos na área social, ambiental, trabalhista, com o consumidor, com o fornecedor e com todos que têm ligação com ela.

Mais que fazer doações ou apoiar ações voltadas à comunidade, as empresas estão descobrindo que atuar em sociedade e no mercado requer uma maior consciência do relacionamento com seus públicos e de ter participação ativa na transferência das mazelas sociais. (NARA E NASSAR, 2002, p.10)

Qualquer empresa se estabelece com o objetivo de satisfazer às necessidades humanas, algumas buscam exclusivamente auferirem lucros financeiros, outras optam por obter resultados satisfatórios para sobreviverem no mercado em que atuam. No cenário atual, as organizações devem buscar alcançar o equilíbrio entre os interessados e acionistas, agindo com responsabilidade social junto à comunidade onde se encontram inseridas.

Segundo Porter e Kraemer (2002), torna-se fundamental que as organizações assumam não só o papel de produtoras de bens e serviços, como também responsáveis pelo bem-estar de seus funcionários e da sociedade.

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) ou Responsabilidade Social Corporativa (RCS) é um movimento que tem seu início nos anos 1960 nos Estados Unidos, motivada pela busca maior consciência de segmentos da sociedade em relação à responsabilidade das empresas na preservação do meio ambiente e dos direitos dos consumidores. Essas questões são compreendidas em caráter social por estarem referenciadas a problemas da sociedade como um todo. Mudanças ocorreram no panorama econômico mundial, ampliando a noção de SER e abrangendo um conjunto de ações, entre as quais as demandas sociais originadas em populações em condições de vulnerabilidade social.

O assunto é bastante discutido no meio acadêmico e empresarial, destacando as divergências e convergências fundamentais a respeito do que realmente leva as empresas a adotarem um comportamento socialmente responsável na gestão dos negócios. Não mais permanecendo indiferente gente a gravidade dos problemas sociais que assolam a humanidade, assumindo um compromisso social que contribua para

maior bem-estar da sociedade e sustentabilidade do planeta, ou somente interesses econômicos e privados de sustentabilidade do próprio negócio.

Visando somente lucro, as empresas não se preocupavam com questões sociais, tais obrigações deveriam ser adotadas voluntariamente com o capital social responsável e pelos mecanismos de controle da sociedade civil. A RSC trata do envolvimento permanente, da ética e do desenvolvimento econômico que os empresários devem oferecer a sociedade. Contrariando os defensores das estratégias empresariais que visavam somente o lucro, surge a Gestão de Qualidade Total, onde as empresas passaram a considerar suas relações com seus colaboradores, seja interno ou externo, um caminho para as mudanças estratégicas junto com a produtividade, o lucro, responsabilidade social, ética e ambiental.

Já a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), nasceu com o processo de globalização e privatização, buscando soluções sustentáveis, a melhoria da qualidade de vida e do próprio bem comum. Portanto, pode-se entender como relação de colaboração entre empresas e sociedade, fazendo uso do meio ambiente sem degradá-lo, concedendo ainda qualidade em lugar de quantidade e a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

### **Características sociais corporativas**

Ser socialmente responsável é um ótimo negócio para a empresa, promove a melhoria do ambiente de trabalho e eleva a auto-estima interna, a reputação, a imagem, dentre outros benefícios. Não se trata apenas de filantropia ou caridade, mas sim, de um compromisso em criar parcerias entre o setor público, privado e o terceiro setor. Mais conscientes de seu papel, as organizações se comprometem e dividem com o Estado a responsabilidade de minimizar a exclusão social, mobilizando recursos para projetos sociais. Além de investir na educação, saúde, bem-estar e crescimento de seus funcionários, uma vez que esses fatores geram maior produtividade, compromisso e dedicação por parte deles.

A empresa socialmente responsável é aquela que, além da ética, preocupa-se com questões como não utilização de mão-de-obra infantil; saúde de seus funcionários; não utilização de trabalhos forçados; preocupa-se com segurança no trabalho; dá liberdade de associação e negociação coletiva; não discrimina; respeita o horário de trabalho dos funcionários; preocupação com



questões ambientais; tem sistema de gestão coerente com o discurso proferido.(BUENO, 2003).

### Empresa sustentável

Toda empresa que procura incorporar conceitos e objetivos relacionados com desenvolvimento sustentável em suas políticas e práticas de modo consistente pode ser considerada uma Empresa sustentável. Contribuir para o desenvolvimento sustentável é objetivo dessa empresa e a responsabilidade social, o meio para tornar a sua contribuição efetiva, como representado na figura 1. Como se vê, as responsabilidades econômicas, social e ambiental equivalem, respectivamente, as dimensões da sustentabilidade apresentadas na figura 2.



Figura 1- Responsabilidade social e sustentável organizacional  
 Fonte: ASHLEY, P. A; COUTINHO, 2000

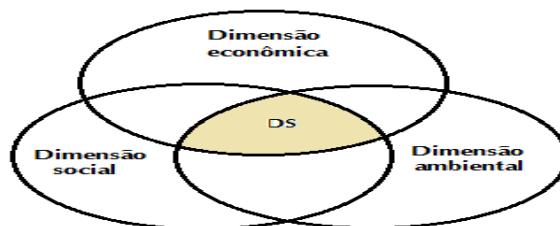


Figura 2 - Dimensões da sustentabilidade organizacional  
 Fonte: ASHLEY, P. A; COUTINHO, 2000

Incorporar esses objetivos significa adotar estratégias de negócios e atividades

que atendem as necessidades das empresas e dos seus *stakeholders*<sup>1</sup> atuais. Enquanto protegem, sustentam e aumentam os recursos humanos e naturais que serão necessários no futuro.

Da confluência desses dois movimentos, o da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável, surge o conceito da empresa sustentável, que representa a culminância de uma longa trajetória na qual a gestão empresarial foi paulatinamente incorporando comprometerimentos com as demandas da sociedade.

### **Responsabilidade social no Brasil**

Foi criado em 1960, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Marco que deu início ao reconhecimento da função social no país. Em 1982 criou-se o premio Eco de cidadania Empresarial. A antiga Nitrofértil, atual FAFEN da Petrobras, destaca-se por ser a iniciadora em publicar um balanço social em 1984. O Banespa participou divulgando suas ações sociais e 1992. Destacando-se no mesmo ano, a ECO-92, realizada no Rio de Janeiro, com a proposta de defender o meio ambiente e sua importância. No ano seguinte, o senhor Herbert de Souza, o Betinho, lança uma campanha contra a fome, a miséria e pela vida que demonstra a obtenção da aproximação empresarial perante a sociedade. Betinho ainda retorna m 1997 com um modelo de balanço social e cria em conjunto com o Instituto Ethos, o selo do Balanço Social que tinha como objetivo estimular empresas a divulgar sua participação com causas sociais. Objetivando contribuir para a prática de RSC por meio de publicações, experiências, eventos e outros. A Abrinq realiza trabalho voltada para erradicação do trabalho infantil. A empresa que contesta a exploração e utilização da mão-de-obra infantil ganha o selo empresa amiga da criança. Por fim, várias empresas acharam interessantes as conquistas a favor da qualidade ambiental, com a utilização de normas ISO mostrando o empenho delas por uma sociedade que possa ter uma melhor qualidade de vida.

No dia 1º de novembro de 2010, foi publicada a Norma Internacional ISO 26000- Diretrizes sobre Responsabilidade Social, cujo lançamento foi em Genebra na

---

<sup>1</sup> Pessoa ou grupo de pessoas que possui participação, investimento ou ações e que possui interesse em uma determinada empresa ou negócio.

Suíça. No Brasil, no dia 8 de dezembro de 2010, foi lançada em evento na FIESP, em São Paulo a versão em português da norma, a “ABNT NBR ISO 26000”. Guia internacional de diretrizes de responsabilidade social para as organizações. Este manual de boas práticas reforça a adoção da responsabilidade social pelos diferentes tipos de organizações e viabiliza a prática do consumo consciente

Segundo a norma, a responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente.

Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Importante frisar que a ISO 26000 - 2010 é uma norma de diretrizes e de uso voluntário. Ela não certifica práticas corporativas, mas sim fornece às instituições orientações e subsídios para implantação e aprimoramento de modelos de gestão mais sustentáveis. Qualquer oferta de certificação ou alegação de ser certificado pela ABNT NBR ISO 26000 constitui em declaração falsa e incompatível com o propósito da norma. As sete diretrizes da Responsabilidade Social Empresarial são:

- 1<sup>a</sup> Adote valores e trabalhe com transparência
- 2<sup>a</sup> Valorize empregados e colaboradores
- 3<sup>a</sup> Faça sempre mais pelo meio ambiente
- 4<sup>a</sup> Envolve parceiros e fornecedores
- 5<sup>a</sup> Proteja clientes e consumidores
- 6<sup>a</sup> Promova sua comunidade
- 7<sup>a</sup> Comprometa-se com o bem comum.

### **Responsabilidade social x ação social (filantropia)**

Podemos caracterizar filantropia empresarial por doações de produtos fabricados pela própria empresa ou de doações em dinheiro para entidades beneficentes, campanhas sociais e a concessão de bolsas e prêmios para pessoas carentes. De acordo com Melo Neto e Froes (1999), “as empresas desenvolvem projetos sociais com dois objetivos: exercer filantropia empresarial e desenvolver estratégias de marketing com base em ações sociais”. O Instituto Ethos, por meio de seus Indicadores (2000) define as linhas

gerais que separam ações exclusivamente filantrópicas, das práticas e peculiaridades que caracterizam as verdadeiras atitudes de responsabilidade social, conforme a seguinte descrição: Filantropia, no sentido de ações pontuais privilegia ações assistencialistas que ajudam grupos sociais, desfavorecidos e que assumem a forma de simplesmente a forma de doações (MELO NETO e FROES, 2001). Os autores apontam algumas diferenças, conforme pode ser observado na tabela 1.

TABELA 1 - CARACTERIZAÇÃO DE FILANTROPIA E RESPONSABILIDADE SOCIAL  
Fonte: MELO NETO; FROES, 2001

<b>Filantropia</b>	<b>Responsabilidade Social</b>
<b>Ação individual e voluntária</b>	Ação coletiva
<b>Fomento da caridade</b>	Fomento da cidadania
<b>Base assistencialista</b>	Base estratégica
<b>Restrita a empresários filantrópicos e abnegados</b>	Extensiva a todos
<b>Prescinde de gerenciamento</b>	Demanda gerenciamento
<b>Decisão individual</b>	Decisão consensual

## **O ESTUDO DE CASO: A EMPRESA AGROVALE**

A partir de uma visão empreendedora, começava a mais de 40 anos, um projeto pioneiro que mudaria a paisagem do semiárido brasileiro. Fundada no início da década de 70, localizada no município baiano da Juazeiro, região Norte do Estado da Bahia, Com a implantação da AGROVALE (figura 3), o que era caatinga ressequida virou campo verde e produtivo. A convicção no sucesso foi fundamental para que em 1972 as primeiras máquinas comesçassem a desbravar a caatinga para implantar aquela que seria uma das maiores usinas de açúcar e etanol e Bioenergia do Brasil. A partir daí começava uma transformação que encheria os olhos dos sertanejos e fazia saber ao Brasil, que aqui, “em se plantando, tudo dá”.



Figura 3 – Empresa Agrovale no município de Juazeiro-BA  
Fonte: AGROVALE, 2012

A AGROVALE é a única usina no Brasil com área 100% irrigada, conforme figura 4, maior produtora de açúcar e da Bahia e uma das maiores do nordeste em produção de etanol, superamos índices nacionais em produtividade. Com o compromisso de continuar superando desafios, vencer etapas e mostrar que pode chegar mais longe, a empresa conta com o empenho de mais de três mil colaboradores efetivos e mais 1,3 mil temporários, foi fundamental para o crescimento da empresa. O apoio e reconhecimento da sociedade motivaram muitas ações, as parcerias públicas e privadas somaram para o crescimento, gerando emprego, renda e contribuindo para o crescimento regional do Vale do São Francisco.

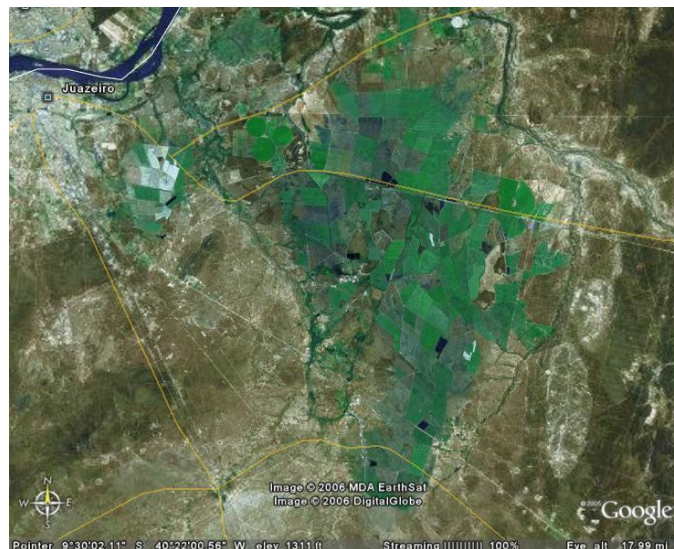


Figura 4 – Área irrigada pela empresa Agrovale  
Fonte: AGROVALE, 2012

Com a missão de satisfazer os seus clientes com produtos de alta qualidade e preços competitivos, adequando produtividade e rentabilidade e visando manter-se como Agroindústria de referência em nosso país, a AGROVALE, tem desenvolvido produtos de alta qualidade, com maior valor agregado, menor custo e maior rentabilidade para a empresa. Buscando inovação e investimento em tecnologias, vem ampliando sua participação no mercado regional, fidelizando seus clientes e

concentrando seus negócios dentro da Região Nordeste, onde 100% de sua capacidade produtiva é comercializada.

Reconhecendo seus colaboradores como peças chaves para o seu crescimento, a empresa oferece oportunidades de desenvolvimento e crescimento, mantendo-os motivados através do reconhecimento de sua contribuição e seu desempenho. A empresa investe na qualificação profissional dos seus funcionários. Oferecendo treinamentos, projetos de melhoria educacional, palestras e eventos de conscientização e lazer, proporcionando um ambiente prazeroso para o trabalho. Ela busca um diferencial através de suas ações, valorizando seu material humano, a Agrovale oferece programa de educação para adultos, com intuito de melhorar o grau de instrução de seus funcionários, promovendo além de motivação, a possibilidade de promoções e permanência destes na empresa. Conforme pode se observar nos gráficos 1, 2 e 3, a pesquisa de campo apresentou alguns números relacionados ao tempo de serviço, faixa etária de seus colaboradores e grau de escolaridade dos mesmos.

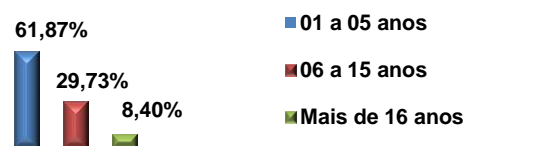


Gráfico 1 – Tempo de trabalho dos funcionários da Agrovale  
 Fonte: pesquisa de campo, 2012; elaboração próprio autor, 2012

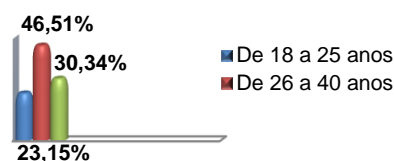


Gráfico 2 – Faixa etária dos funcionários da Agrovale  
 Fonte: pesquisa de campo, 2012; elaboração próprio autor, 2012



Gráfico 3 – Nível de escolaridade dos funcionários da Agrovale

Fonte: pesquisa de campo, 2012; elaboração próprio autor, 2012

Atendo ao meio ambiente, o ano de 2007 foi marcado pela implantação do Sistema de Gestão Ambiental – SGA, na busca pela certificação da ISO14.001, lei ambiental que tem como foco a proteção à natureza, avaliando e monitorando as atividades da Empresa.

Por ser uma empresa que trabalha pela promoção da cidadania e da inclusão social, a empresa que hoje é referência em qualidade, também tem participação ativa no desenvolvimento social da nossa região. Reconhecida pelos trabalhos realizados para a Comunidade, demonstra seu crescimento associado ao desenvolvimento da região, a cada emprego gerado e a cada projeto elaborado.

Desde 2010 a Agrovale recebeu o reconhecimento da UNICEF – Fundo das Nações Unidas da Infância e Fundação ABRINQ pelos direitos das crianças, como “Empresa amiga da Criança”. Foi reconhecida pelo sistema FIEB através do SESI, o selo de “Destaque Educação e Responsabilidade Social” por integrar o programa do SESI educação do Trabalhador e o prêmio “Top of Quality Ambiental”, concedido pela Ordem dos Parlamentares do Brasil - OPB, um reconhecimento aos programas ambientais que desenvolve. Recebeu também o selo Ibase/Betinho pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – Ibase, que certifica as ações de responsabilidade social das empresas. Ser credenciada por estas instituições é mais uma comprovação de que a AGROVALE está envolvida em projetos para minimizar as dificuldades da comunidade, através da construção de uma cidadania empresarial. E ao cumprir esse papel, atrair cada vez mais consumidores, investindo na sociedade e no seu próprio futuro.

Preocupada com social e comprometida com o desenvolvimento regional, AGROVALE oferece melhores condições de trabalho, valoriza cada um de seus colaboradores, mantém parcerias e projetos em benefícios da comunidade. Promovendo ao longo da sua história, diversos programas sociais que iremos relatar ao decorrer de nossa pesquisa. Além de oferecer Assistência Médico Ambulatorial, disponibilizando médicos e auxiliares capacitados para o pronto atendimento em tempo integral dentro da empresa, são oferecidos também consultas com oftalmologistas e odontologistas para os funcionários e seus dependentes, bem como ajuda de custo para a compra de óculos.

Tendo convênio com farmácias da região, são fornecidos com até 80% de desconto, medicamentos para seus funcionários e dependentes.

A empresa promove um evento anual, SISAUTR – Semana Interna de Saúde do Trabalhador Rural, que promove a qualidade de vida de seus colaboradores, oferecendo palestras educativas, orientações sociais, vacinação e assistência médica preventiva.

Tem a Semana Interna de Prevenção de Acidentes – SIPATR, que é uma promoção da segurança, mostrando os cuidados necessários no dia-dia dos funcionários. A integração dos funcionários também é estimulada, anualmente a empresa ministra palestras, esclarecendo dúvidas e aprofundando o conhecimento sobre direitos e deveres de seus colaboradores contratados para a safra. Estes são prestigiados com peças teatrais, que representam cenas do seu cotidiano, conscientizando sobre os cuidados necessários no trabalho executado.

É promovido o torneio destinado a cortadores de cana-de-açúcar, o INTERCORTE, evento anual que proporciona muita diversão, reunindo os colaboradores, em dia diferente de confraternização e sociabilidade. Preocupado com o grande índice de analfabetismo na região e investindo no crescimento dos seus funcionários, a AGROVALE desenvolveu em parceria com o SESI desde 2001, o Programa de Educação do trabalhador - PET. O programa de alfabetização é destinado aos funcionários que não concluíram seus estudos ou que nunca frequentaram a escola, possibilitando a conclusão das séries iniciais do ensino fundamental dentro da própria empresa. Nas escolas parceiras o curso também é disponibilizado para a comunidade. O curso é gratuito, assim como todo o material didático. Um passo fundamental na busca pelo desenvolvimento pessoal e profissional do trabalhador.

Por iniciativa da empresa, são realizados todos os anos em parceria com empresas privadas e com instituições como SENAC, SEDS, Prefeitura Municipal de Juazeiro, SUCAN, Lions Club, um evento para beneficiar a população carente do bairro Jardim Primavera. Com a participação de mais de 2 mil pessoas, oferecendo gratuitamente informações e serviços como vacinação, aplicação de flúor, consultas médicas, emissão de documentos, oficinas de arte, coleta de sangue, dentre outros. O “Ação Cidadania” recebe cada vez mais apoio de instituições porque já é um evento firmado e que atende às necessidades de centenas de pessoas.



Projetos como a educação de adultos e a educação de crianças implantadas nas escolas Mandacaru, Tiradentes e Caxangá, beneficia centenas de famílias. Através desta parceria mais de novecentas crianças são beneficiadas com material didático, transporte, fardamento e merenda escolar. Parceira do município na educação infantil, a AGROVALE mantém as referidas escolas, localizadas em Juazeiro. O Projeto é de extrema importância para as comunidades em que estão inseridas, propiciando estrutura e educação de qualidade às milhares de crianças que já passaram por lá. Com o Projeto Esporte é Vida, a AGROVALE acredita no potencial do Vale do São Francisco e compreende que o desenvolvimento de manifestações artísticas e esportiva, incentivando a prática do esporte.

Apoiando e patrocinando eventos esportivos, e principalmente a atletas com potencial e poucas oportunidades, contribui para que estes jovens da região persistam em busca de seus ideais. Projeto desenvolvido pela empresa, O Natal Solidário, proporciona momentos de alegria aos funcionários e a centenas de crianças carentes. Todos os anos, a empresa e os funcionários doam brinquedos populares novos que são entregues nas escolas Mandacaru, Tiradentes e Caxangá em Juazeiro. A doação é feita pelos colaboradores da empresa, junto a Papai Noel e palhaços, que distribuem brinquedos, doces e lanches, fazendo a alegria das crianças nesta data tão especial. O projeto é um exercício da solidariedade entre os funcionários, que promove a integração entre a empresa e a sociedade e que traz com um gesto simples o bem estar a centenas de famílias.

Excepcionalmente a partir deste ano de 2012, as instituições beneficiadas pelo projeto serão escolhidas por funcionários da empresa, que buscarão dentro da comunidade, escolas, ONG's e projetos sociais que atendam a crianças e respectivas famílias carentes, que estejam em linha extrema de pobreza, face ter analisado que as crianças já beneficiadas nos projetos das comunidades Mandacaru, Tiradentes e Caxangá, pertencem a famílias onde seus pais em sua maioria são funcionários da empresa ou possuem trabalho mesmo que informal, tem moradia fixa, acesso a informação, alimentação, transporte, lazer entre outros.

Então o foco do projeto para este ano é alcançar outros bairros e crianças ainda mais carentes. Projeta-se uma distribuição de brinquedos, beneficiando mais de 2 mil crianças e um dia repleto de brincadeiras. Incentivando o exercício da solidariedade

entre os funcionários; atenção e carinho as crianças carentes; promover integração entre empresa e comunidade, resgatando, valorizando e estimulando as tradições natalinas relacionadas ao compromisso social.

Incentivadora da cultura, a AGROVALE acredita nas manifestações culturais, buscando dar reconhecimento e apoio ao talento de diversos artistas, ela patrocina eventos culturais e artísticos, interpretando a alma do povo e a cultura local. Consciente da sua responsabilidade com a preservação do meio ambiente, a AGROVALE desenvolveu projetos que trabalham pela preservação da caatinga.

Nas áreas da empresa destinadas a reserva ambiental e preservação permanente, habitam uma grande variedade de espécies animais e vegetais, onde a natureza encontrou campo fértil para seu desenvolvimento. Para contribuir mais ativamente nas ações ambientais desenvolvidas na região e para atender a demanda exigida pelos seus projetos ambientais, foi criado um viveiro de árvores nativas. São mais de 25 espécies cultivadas, totalizando mais de 600 mudas por dia.

Como se pode deduzir dos objetivos apresentados, não se trata de um estudo sobre empresas em si, objetivando conhecer sua história, objetivos, missão, mas sobre suas ações de responsabilidade social, em especial para os empregados, dependentes e comunidade que tem se beneficiado dos seus projetos, a partir da visão dos próprios. Desse modo, os verdadeiros sujeitos das pesquisas foram os empregados, dependentes e moradores do Bairro Mandacarú e Vila Tiradentes e Caxangá. Que em sua maioria, além de se beneficiarem dos seus projetos, muitos também são funcionários da empresa.

O gráfico 4 possibilita uma avaliação do projetos desenvolvidos pela empresa Agrovale junto ao seu público-alvo. A amostra em questão, compõe-se de 80 pessoas escolhidas aleatoriamente dentre funcionários, dependentes e comunidade de geral. O critério utilizado para o escopo da pesquisa foi ser, ou já ter sido, beneficiado por pelo menos um dos programas sociais aplicados pela empresa. Onde foram questionados a respeito dos projetos e seus benefícios, “Ela disponibiliza programas para a melhoria da qualidade de vida do empregado e seus familiares?”, “Qual avaliação dos mesmos sobre as ações da empresa?”, “quais os impactos destas na vida dos indivíduos e comunidade abrangente?”, “Ela contribui para o desenvolvimento regional?”.

Foi disponibilizado um questionário de pesquisa semiestruturado, onde foi solicitado dentre outras, dados a idade, grau de escolaridade, relação do indivíduo com a empresa em

questão, em caso de ser funcionário (a), qual o tempo de serviço, grau de satisfação e sugestões para futuros projetos. Todos os funcionários entenderam “benefícios” como ações que fazem parte de obrigações legais: assistência médica, odontológica, vale transporte e vale alimentação. Detalhando as respostas: a empresa oferece além dos benefícios exigidos por lei, “plano de saúde e odontológico, transporte, bonificação por produtividade”, oferece treinamentos, projetos de melhoria educacional, palestras e eventos de conscientização e lazer, proporcionando um ambiente prazeroso para o trabalho.

Foi fundamental para a pesquisa, a participação da comunidade, funcionários e dependentes. O índice de satisfação por parte de colaboradores, dependentes e até da comunidade foi expressivo. Demonstrando que todos os esforços dispensados pela empresa tem surtido efeito e refletivo de forma positiva na vida dos beneficiados pelos seus projetos.



Gráfico 4 – Avaliação dos projetos da empresa Agrovale  
Fonte: pesquisa de campo, 2012; elaboração: próprio autor, 2012

A empresa promove um evento anual, SISAUTR – Semana Interna de Saúde do Trabalhador Rural, que promove a qualidade de vida de seus colaboradores, oferecendo palestras educativas, orientações sociais, vacinação e assistência médica preventiva. Com o status de empresa cidadã, e em resposta à segunda questão em discussão, a AGROVALE promove a Ação Cidadania, recebendo apoio de instituições porque já é um evento firmado e que atende às necessidades de centenas de pessoas.

Projetos como a educação de adultos e a educação de crianças implantadas nas escolas Mandacaru, Tiradentes e Caxangá, beneficia centenas de famílias. Através desta parceria mais de novecentas crianças são beneficiadas com material didático, transporte, fardamento e merenda escolar. Parceira do município na educação infantil, mantendo as referidas escolas, localizadas em Juazeiro. Pressupõe-se que suas ações ultrapassem ao cumprimento da legislação trabalhista e invista no desenvolvimento humano, oportunizando a ampliação das condições humanas, o exercício da liberdade, a participação social, o acesso à saúde, educação, enfim o respeito aos Direitos Humanos. Em resposta ao terceiro

questionamento e com o intuito de contribuir ativamente nas ações ambientais desenvolvidas na região e para atender a demanda exigida pelos seus projetos ambientais, foi criado um viveiro de árvores nativas, são mais de 25 espécies cultivadas, somando mais de 600 mudas por dia. Esse projeto é interligado aos projetos de preservação a mata ciliar, cultivo de plantas características da nossa região, com o “Caatinga Rica”, a empresa recuperar áreas degradadas da caatinga. Através de suas ações ambientais muitos são beneficiados, dentre estes, Pessoas Físicas, Jurídicas e até a própria empresa utiliza suas mudas para uso em suas áreas para arborização, paisagismo, uso nas margens do rio e seus afluentes, conforme gráfico 5.



Gráfico 5 – Ações ambientais de 2007 a 2010  
Fonte: BALANÇO SOCIAL AGROVALE, 2012

Os relatos na nossa pesquisa foram determinantes para que pudéssemos constatar a importância que a empresa para a comunidade que esta inserida. A maioria dos entrevistados se posicionou de maneira taxativa, deixando claro que a empresa tem contribuído ativamente no crescimento profissional de seus funcionários, proporciona muitos benefícios aos seus familiares, o que tem melhorado a qualidade de vida das famílias atendidas em seus projetos, gerando motivação e satisfação em fazer parte da empresa.

Evidencia-se nas escolas visitadas durante a pesquisa, o sentimento imbuído em cada um dos profissionais e alunos, que demonstram total satisfação em relação ao programa, transportes, refeições com grau nutricional adequado. É notável a satisfação de professores, coordenadores e gestores que parecem estar motivados e conscientes da importância e contribuição das ações de responsabilidade social da referida empresa para a mudança da realidade das crianças, famílias e comunidade beneficiada pelos projetos.

Como empresa-cidadã, Neto e Froes (1999) ressaltam que a organização extrapola a comunidade e já atinge a sociedade como um todo. O que é relevante, pois ainda são recentes as mudanças na empresa, entretanto, parece que o seu caminhar é a passos largos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao assumir uma postura comprometida com a responsabilidade social, a empresa AGROVALE, tornou-se elemento catalisador capaz de promover profunda mudança cultural, contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e solidária. Pode-se afirmar que os programas sociais desenvolvidos pela empresa, bem como que as ações sociais praticadas, colocou-a num patamar de empresa-cidadã, ampliando sua cadeia de valores, definindo sua política e compromisso sócio ambiental com a comunidade, multiplicando suas práticas com a finalidade principal da responsabilidade social com o objetivo de promover um desenvolvimento sustentável dentro do município de Juazeiro-BA.

A responsabilidade social na coordenação de suas ações sociais pode ser caracterizada pela preocupação com a ética e transparência da empresa para com os seus colaboradores, com o objetivo de incluir tais práticas nos seus negócios, foi possível identificar as quatro categorias defendidas por Carrol (1979), as responsabilidades econômicas, legal, ética e discricionária constituindo assim a responsabilidade social corporativa, já defendida por Melo e Froes (1999), referente ao público interno e externo e também as três características determinantes para um modelo de gestão social empresarial sugerida por Melo Neto e Brennand (2004): regularidade, intensidade e qualidade. A pesquisa apontou que dentre as ações, praticadas pela AGROVALE, destaca-se as ligadas à educação, observando-se, também, que as ações ao público externo têm um perfil assistencialista, como doação às comunidades carentes, patrocínios relacionados à cultura e esportes. Por sua vez, cabe destacar que a empresa, investe na qualificação profissional e pessoal de seus funcionários, oferecendo treinamentos, projetos de melhoria educacional, promovendo o desenvolvimento profissional de seus colaboradores, não se limitando apenas ao cumprimento da legislação trabalhista.

Conduzindo em longo prazo, o elo entre a responsabilidade social e uma postura ética empresarial, tão defendida pelos autores, observou-se nesta pesquisa, que há um longo caminho a percorrer em busca de reduzir as desigualdades sociais tão imperativas na sociedade brasileira, porém em busca de uma vantagem competitiva, a empresa pesquisada tem contribuindo bastante para o desenvolvimento social e econômico não

só aos envolvidos na empresa, mas, para melhoria da qualidade de vida de toda a comunidade que seus projetos beneficiam.

Como sugestão para futuras pesquisas pode-se propor a necessidade de ampliar seus projetos, beneficiando um número maior de pessoas e pesquisar como motivar o comportamento ético corporativo para a prática de uma responsabilidade social corporativa, partindo do pressuposto que na falta de uma a outra inexistente.

Finalizando, é importante deixar registrado que é imperativo para as organizações exercitar a sua cidadania corporativa, o que implica que as organizações, assim como os cidadãos, têm deveres e direitos para com a sociedade e os devem cumprir e respeitar a fim de diminuir as grandes desigualdades vivenciadas na sociedade atualmente.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Socioambiental: Estratégias na nova era da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ASHLEY, P. A; COUTINHO, R. B. G.; TOMEI, P.A. **Responsabilidade social corporativa e cidadania Empresarial: uma análise conceitual comparativa**. Setembro 2000.

BARBIERI, José Carlos. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática** – São Paulo: Saraiva, 2009.

BUENO, Érika Lacerda. Et al. A responsabilidade social e o papel da comunicação. In: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. Vários autores. São Paulo: Petrópolis, 2002.

CARVALHO, A.B. Moreno de (et al.) **A determinação dos impactos e a gestão do desempenho social**. Revista Meio Ambiente Industrial, p. 43-52, nov. 2000.

CHIAVENATO, Idalberto; ARÃO Sapiro. **Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CURY, Antônio. **Organização e Métodos: Uma visão holística**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M.A.: **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo. Ed. Atlas, 1985.

MACHADO FILHO, Cláudio Pinheiro. **Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações: responsabilidade social, instituições, governança, e reputação** – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

MARTINELLI, A. C. **Empresa-Cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora**. In: IOSCHPE, Evelyn B. Terceiro setor: desenvolvimento social sustentado, São Paulo: Paz e Terra, 1997.

MATTOS, P.; LINCOLN, C. L.: **A entrevista não estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise**. *Rev. Adm. Publica*; 39(4):823-847, jul-ago. 2005

MEDEIROS, Luiz Edgar; REIS Carlos Nelson dos. **Responsabilidade social nas empresas e balanço social**: Rio de Janeiro: Saraiva, 2007.

MELO NETO F. P; BRENNAND, J.M. **Empresas Socialmente Sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna**. Rio de Janeiro: Qualitymark 2004.

MELO NETO, F.P. de; FROES, C. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2001.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo, Hucitec-Abrasco, 1992.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. Rio de Janeiro, Abrasco; 2007.

PAULILO, M. A. S.: **A pesquisa qualitativa e a história de vida**. Serviço Social pela PUC-SP. 2007. Disponível em: [http://www.ssrevista.uel.br/c\\_v2n1\\_pesquisa.htm](http://www.ssrevista.uel.br/c_v2n1_pesquisa.htm)

PORTER. Michael; KRAEMER, Mark R. The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, v.80, nº 12, p. 56 – 68, Dec. 2002.

REIS, Carlos Nelson dos. **Reponsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social/** Carlos N. Reis, Luiz Edgar Medeiros. – 1. Ed. – 3. reimpr.- São Paulo: Atlas, 2011.

\_\_\_\_\_. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial**: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 1999

TOMAR, M. S.: **A Entrevista semiestruturada**. Mestrado em Supervisão Pedagógica. (Edição 2007/2009) da Universidade Aberta.

VELASQUEZ, Manuel G. **Ética em los negócios**: conceptos y casos Mexico, DF: Prentice Hall, 2000, p. 15.

VILLELA, Milú. **Respeito e responsabilidade social**. Folha e São Paulo. p. 1-3, 26 jul 1999.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em: <[HTTP://www.responsabilidadesocial.com/article/articleview.php?id=430](http://www.responsabilidadesocial.com/article/articleview.php?id=430)>. Acesso em: 08 março 2012.

**Recebido para publicação em 15 de julho 2016**  
**Aceito para publicação em 10 de novembro de 2016**