

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL
Unidade Americana

**ANAIS DA
III MOSTRA DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

de 02 a 06 de outubro de 2006

Campus Maria Auxiliadora

**A relação do poder público
e do poder privado na construção
da responsabilidade social**

RESUMOS DOS TRABALHOS

Americana • São Paulo • Brasil

2006

BISCALCHIN  EDITOR

UNISAL
CENTRO UNIVERSITÁRIO SALESIANO DE SÃO PAULO

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Mostra de Responsabilidade Social (3. : 2006 : Americana, SP)

Anais da III Mostra de Responsabilidade Social : a relação do poder público e do poder privado na construção da responsabilidade social. -- Piracicaba, SP : Biscalchin Editor, 2006.

Vários coordenadores.

Vários colaboradores

Acima do título: Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL - Unidade Americana.

ISBN 85-89964-05-1

1. Cidadania 2. Parceria público-privado

3. Responsabilidade social I. Título

06-9257

CDD-302.14

Índice para Catálogo Sistemático:

1. Responsabilidade social : Construção :

Relação poder público-poder privado :

Sociologia 302.14

Esta obra foi impressa no ano de 2006, na Gráfica Shekhina, em papel Image Art 250g/m² (capa) e Image Art 90g/m² (miolo), doado pela Ripasa S/A Celulose e Papel. Todos os papéis da Ripasa são produzidos em harmonia com o meio ambiente.

Tiragem: 500 exemplares

Copyright © 2006, Centro UNISAL. Todos os direitos reservados.

A reprodução não-autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação de direitos autorais. (Lei 9.610/98)

REALIZAÇÃO

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - Unidade Americana

REITOR

Pe. Gilberto Luiz Pierobon

DIRETOR ACADÊMICO

Carlos Augusto Amaral Moreira

COORDENADORES DOS CURSOS

Flavio César Rossi – CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

André Roberto Cillo – CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Paulo Sérgio Tomaziello – CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

COORDENAÇÃO DA III MOSTRA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Flavio César Rossi, Fabio Camilo Biscalchin, Nancy Tereza Horschütz

COLABORADORES DA III MOSTRA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

André Roberto Cillo

Geraldo Vítório Biaggi

Jane Aparecida Simon Lara Phenis

José Antonio Padoveze

Leonice Zebiani

Paulo Sérgio Tomaziello

Regina Aparecida Penachione

PROJETO GRÁFICO

Gilmar Sevenil Gumier

www.gilmargumier.com.br

ILUSTRAÇÕES

Marcos José Verzignasse

REVISÃO

Kety Cristina Boralli Biscalchin, Nancy Tereza Horschütz

SUMÁRIO

Apresentação	12
Palavras dos Coordenadores de Cursos	13
Provocação Inicial	
Responsabilidade Social e o fim da Cidadania	15
Fabio Camilo Biscalchin	
Paliativo ou Privatização das Nossas Relações	17
Daner Hornich	
Pela Responsabilidade Conceitual.....	19
Luís Antonio Groppo	
O Meio Ambiente e a Logística Reversa	23
Moacir Pereira	
Trabalhos Discentes	
Cooperativa Cooperlários	24
Adriana Otani Felix, Dariê Roberta Camargo, Edmar Barboza	
Tratamento de efluentes utilizados por Vironda Confecções Ltda	24
Ana Paula Covolan, Anderson Ferreira de Freitas	
Ações de Responsabilidade Social: Um imperativo da gestão contemporânea	25
Érica Araújo dos Santos, Valdirene Pereira de Souza	
Violência intangível no ambiente de trabalho	25
Gisele Marchiori, Leandro Moura da Silva Rocha	
A Educação Ambiental como forma de conscientização em uma empresa “O Boticário”	25
Maria Cristina Polline, Sirlene Alexandre da Silva, Sonia Regina Rosário de Souza	
Reciclagem de embalagem Pet	26
Robson Eduardo Cordeiro, Rodrigo Alexandre Bortolletto	
Arroz Tio João	26
Débora Pessina, Jaqueline Urtado, Mariana Villa Fanha Negro, Rodnei Rodrigues Higa, Vanderlei Alves Pereira	

Marketing de Causas Sociais	27
Caroline Nery Scavacini, José Antonio Saiz Garcia, Lúcio Rodrigo Colletti, Silmara Virgentin, Romeu de Lourenço	
A relação entre uma ONG e a realidade brasileira: Um estudo de caso	27
Leandro Perrut Costa, Luana Gonçalves Pinto, Mariana Vanessa Santa Rosa, Vanessa Batista de Paiva	
Reciclagem de Alumínio	28
Tiago Rafael Bugno, Wagner Dioraci Franco Zanetti	
O Boticário – Bálamo da Sorte	28
Charles Alexandre Azevedo, Diana Andreza Terense Peressinotto, Everton Victório Fagnani, Larissa Santarosa Modena, Mônica Papa	
Meio Ambiente, fonte renovável da subsistência humana	28
Ana Lúcia Veronezzi, Carine Vanessa Rossi, Daniel Marques de Campos, Viviane Helena Pantaroto, Wesley Rogério Pereira	
A valorização da diversidade nas empresas	29
Daniela Guedes Santana, Luciana Santa Eulália Tersi, Luciane Aparecida Piovezan de Jesus, Maína Favaro de Campos, Vanessa Medeiros Alves	
O uso consciente e o descarte de embalagens Pet	29
Alessandra de Miranda Caetano, Cinthia Cristina de Oliveira, Janice de Mello Cordeiro, Maria Flávia Sfriso, Michelle Manente, Renata Mendes Cardoso	
Ídolos	30
Bianca Rosada de Oliveira, Guilherme Malosso Borges Rainha, Mirela Marques de Mello, Tiago Moraes, Vinícius Moreira Ziggiatti, Walquíria Moia	
Centrimax Equipamentos Industriais Ltda - Estudo de caso	30
Claudio dos Santos Briano, Cristiane Aparecida Barboza, Duilio Gobbo Filho, Heverton Gustavo Machado, Juliana Aparecida Zanaki, Max Murilo Rossete	
Reciclar para preservar	30
Daniel Grego, Ivair dos Santos, Leandro Freitas Calheiros, Matheus Cegóbia Kinchin	
Space Fox	31
Ana Claudia Santos Carvalho Jardim, Carlos Adalberto Delfini, César Bregantin da Silva, Gerdean Fernandes da Costa, Ítalo Ramos Toscano de Brito, Vinícius Tironi Galhardo	
A transformação na responsabilidade social e ambiental	31
Denise Elena Moraes, Genivaldo Bonfim Machado, Maria Carolina Paiva Sanson Sasse, Tathyane Moura Costa Nascimento	

Logística reversa: meio ambiente e produtividade	31
Arinaldo Martins dos Santos, João Victor Crema, Juliano Forster, Rafael Jonas Ignácio	
Diet Way	32
Daiana Bonaccini, Gisele Ferreira de Lira, Gustavo Santa Chiara, Jaicilene Galhardo da Silva, Roberto Henrique Ribeiro Rosa	
Trabalho ambiental: Prática no presente, resultado no futuro	33
Daiany Rodrigues, Diego Emanuel de Carvalho, Ricardo Furtado Schmidt, Vinícius Norbiato	
A importância da reciclagem	33
Diego Soares Pereira, Érica de Paula Cardoso, Gislaíne Amaral Arvelino, Lincon Alexandre Fraga, Patrícia de Aquino, Priscila de Oliveira Pellisson	
Violência intangível no ambiente de trabalho	33
Gisele Marchiori; Leandro Moura da Silva Rocha	
Seiko Premier	34
Danieli Mobilon, Fernanda de Souza Costa, Jenniffer Pereira, João Marcos De Peder Sanches, Myrian Aparecida de Oliveira Camilo, Roberto Meduleda Silva	
Votorantim Celulose e Papel: A educação ambiental na formação do ser humano	34
Emerson Pereira Bom, Jaime Willian de Almeida, Osmar Zani, Rafael Eduardo Garililo, Rafael Rigo	
Educação ambiental - Estudo de caso: ROMI S.A.	34
Josiane Carvalho Ferrari, Marcela de Souza Gonçalves	
Educação Ambiental “Projeto Tamar”	35
Francisca de Fátima Ferreira de Araújo, Irlene Teotonio de Oliveira, Talita Cristina de Oliveira	
LEVI’S	35
André dos Santos, Ariane Conde Nandin, Rodrigo de Lima Pimentel, Talitha Conde Nandin	
Pirataria e seus consumidores	35
Adriana de Sant’Anna, Francine Possignolo	
Visão e intermediação da mídia na redefinição do público e privado	36
Ana Paula Fernandes Bombatti, Ana Paula Soares da Silva, Marcela Cristina Campanholi, Merlen Keiti da Silva Castreghini, Sarah Jane de Oliveira, Silmara Facincani Gomes	
Voluntariado Social	36
Diego Azevedo de Souza, Flávia Barbosa, Liliane Crstina Sândalo, Lucilene Pereira de Souza, Renato de Freitas Stella	

Scala	37
Cesar Covesi Mariotti, Drielly Porto Rosa, Everton Torrezan Linniker Guidanti Belinatti Silva, Pablo Henrique Reis, Vilander Adalberto da Silva Costa	
Responsabilidade Social e o Marketing Social	37
Bruna Sampaio Ferreira Freire, Michele Jacqueline Machado, Natalia Marques, Rafaela Spadaro	
Inclusão de portadores de deficiência	37
Adriana Patrícia Martins, Evelim Rogéria Cuzzolin, Fernanda Giacomelli, Gislaine Previateli	
Um olhar sobre a Responsabilidade Social na cidade de Piracicaba.....	38
Alessandra Dressano, Alexandro de Carvalho, Cleber Henrique Menezes, Daniela de Lima Porcionato, Karine Bertizola, Roberto Pacheco Garcia	
Adaptações das empresas para melhorar o desenvolvimento da comunidade	38
Ana Célia Juliato Guarnieri, Daiane Aparecida de Oliveira, Débora Maria Businari, Elaine Cristina Alves da Rocha, Simone Pegoraro	
Educação Ambiental	38
Raphael Patrício Bittencourt	
O sorriso nas mãos da Unimed e dos Anjos da Alegria – Um estudo de caso	38
Cleverson Giliard Moraes, Daniele Bassi, Maurinei Benits, Sheila Cristiane Oliveira de Moraes, Taciana Rodrigues de Moraes, Vera Lúcia Gachet	
Empresa Klabin S.A. Unidade de Piracicaba: Rede Klabin para a Juventude	40
Alan Oliveira da Silva, João Rafael Pereira, Magali Ap. Manetti dos Santos, Rosidalva Luzia da Silva	
Estratégias de atuação na área social.....	40
Daniele Pereira da Silva, Fernando Teixeira Luiz, Joyce Aparecida Pupin, Maria Cristina Tonin, Regimar Duarte Caldas Junior	
Demissões: Uma visão além dos custos	40
Agnaldo José Padoveis, Antonio Marcelo dos Santos Ferreira, Cristian Rogério Assolini, Fábio Wiesel	
Caterpillar: Iniciativas para redução das desigualdades sociais	41
Andiara da Silva Pizzol, Cristiane Aparecida Dias, Karina Barros de Souza	
A Responsabilidade Social e a comunidade universitária	41
Aguinaldo Alves de Souza, Josiane Helen dos Santos Amaral, Maiko Leandro Vitorino, Rosemary Moscon	
Responsabilidade Social e o cuidado com a saúde, a segurança e as condições de trabalho – uma parceria para alcançar o desenvolvimento sustentável da sociedade	42
Ana Carolina Moreira da Silva, Josiani Aparecida Perozin, Kátia Cristina Talasso, Marlene de Souza Araújo, Norma Susana Balaguer, Talita Pereira Queiroz	

Saúde e Segurança no trabalho	42
Daiany Angelo Santinati, Eliane Fernandes Pereira, Ivani Aparecida de Oliveira Mosna, Marcos Antônio Sabino Santinati, Maria Aparecida da Silva	
Sabesp: Potencializar o ser humano	42
Bruna Santos Cunha, Cristiane Guerra dos Santos, Luiz Henrique Guzman, Tatiane Cristina Dias Leite	
Comportamento frente a demissões	43
Aline Cristina Teroço, Jeane Saulino, Juliana Riami Meneghel, Leonildo Aluísio dos Santos, Natalia Andretta	
Você conhece o ambiente em que vive?	43
Douglas Burger, Leigon Roberto de Andrade, Mauro Pinese Junior, Rogério dos Reis	
Reciclagem com responsabilidade	44
Camila da Paixão Bianchini, Cíntia Helena de Toledo, Fabrício Alberto de Oliveira, Tânia Cristina Jacomini, Vilter Aparecido de Oliveira	
Responsabilidade Social na reutilização de resíduos industriais	44
Daiane Helena Gomes, Márcia Possobon, Mariangela Brugnerotto	
Balanco social: a ética e a estratégia das organizações	45
Adriana Gisele da Silva Bueno, Andreia Graziela da Silva Casteletti, Carina Chiqueto, Dayana Cristina Torres, Michelle da Silva	
CPFL X meio ambiente: um estudo de caso	45
Cristiane Batistela, Daniel Leoni, Ludmila Barrios de Campos, Maria Luciene Aizza, Rafael Antonio da Silva	
Realidade, “modismo” ou apelo de comunicação	46
Alcione Ferreira da Silva, Christiane Covolan, Giseli de Paula Modesto, Maisa Paula Santarosa	
A importância da participação social no combate à corrupção	46
Carlos Alexandre de Campos, Wender Fernandes Pereira	
Assédio moral e sua influência no ambiente de trabalho	47
Érica Cristina Teixeira Lopes, Leonardo David Trinca Juliani, Renato Cadette da Silva, Uismara Oliveira Cardoso	
Estudo de caso: Empresa Nutrin	47
André Rodrigues de Souza, Fabrício Monteiro Lemes, Jocieli Daliane Trevizan Cajuela, Newton Borsatto, Virgínia Vezzani	
Relação com a concorrência	47
Carlos Eduardo Correa Fioque, Julio César Colombo, Marcelo Marqui Dadario, Mateus Eduardo Minani, Paulo Covolan Lui	

Marketing de Causas Sociais: quem é o maior beneficiado?	48
Aline Menozi, Ana Paula Reissler Rocha, Cleber Alves, Patrícia Pereira da Silva	
A importância do Balanço Social para as empresas	48
Anaqueilla Cassiany dos Santos Colabello, Cláudia Helena Luchete Leme, Kelly Cristina Alves Costa, Mayara Gasparote, Susan Larissa Vieira, Tatiana Roza dos Santos	
Responsabilidade Social Corporativa: O impacto na formação de estratégias	49
Débora Aparecida Barbosa, Marisa Boneto dos Santos, Marli Aguiar Ferreira, Viviane Crevelari do Prado	
A importância da educação no incentivo ao consumo consciente	49
Débora Cristiane Brás, José Geraldo dos Santos, Raquel Cristina Machado, Sheila Diniz Gava	
Além do concerto - A responsabilidade da D'Paschoal	50
Eduardo Luís Alniezi, Fábio Rogério Nicoletti, Hilton Rogério Ceccacci, José Antonio de Godois	
Planeta sustentável	50
Ana Carolina Barbosa Rodrigues, Ana Paula Vieira, Juliana Barbosa Novaes, Rodrigo Afferri Pereira, Taciana dos Santos	
Iniciativas para redução das desigualdades sociais e o investimento social privado	50
Andréia Cardoso de Oliveira, Arnaldo M. Margatto Junior, Bruna da Silva Peres, Clebson Rodrigo Ferreira Matos, Natalino Ripper, Sarah Miranda Pedroza	
Responsabilidade Social como estratégia empresarial	51
Alessandro José Campos, Dirceu Manoel Pereira Júnior, Felipe Henrique Destefani, José Rodrigues Júnior, Renato Veiga Soares	
Assédio moral no trabalho	51
Carla Rogéria Teixeira, Cristiane Ribeiro de Faria, Elisana Alessandra Zaghetto, Fábio Martins	
Cronograma	52

Apresentação

Com alegria chegamos a III Mostra de Responsabilidade Social e neste ano as novidades são muito interessantes:

[1] **Outros cursos** chegam para somar forças na discussão sobre a construção desta importante realidade para a sociedade, a Responsabilidade Social. O curso de Ciências Contábeis vem evidenciar as discussões no âmbito do Balanço Social, entre outros. O curso de Comunicação Social, que desde da I Mostra vem participando das ‘comunicações’, este ano vem trazer à tona discussões sobre a construção de Publicidades Socialmente Responsáveis. É a universidade oferecendo seu espaço para pesquisas que visam construir uma sociedade melhor, e todos os cursos juntos podem contribuir para o ‘bem comum’.

[2] **66 Artigos!** Com três cursos juntos as ‘comunicações’ são mais atrativas, afinal a diversidade de abordagem do tema discutido ganha novos pontos de vista. Neste ano, temos 47 artigos dos discentes em Administração, 11 artigos dos discentes em Ciências Contábeis e 8 artigos dos discentes em Comunicação Social.

[3] O **Tema** principal desta III Mostra gira em torno da relação entre as ações das empresas privadas com o poder público na construção da Responsabilidade Social. Perguntas como: “Como esta relação contribui ou ‘fere’ a construção da cidadania? Cabe somente ao Estado a garantia da Cidadania? Qual a contribuição das empresas privadas na ação social? As ações das empresas, que na maioria das vezes fazem ações sociais para agregar valor aos seus produtos e a sua imagem, de fato têm compromisso com o social e contribuem com a cidadania?” Estas são algumas das inquietações que estão evidenciadas nos 4 artigos de professores do UNISAL, nos 66 artigos dos discentes e nas noites de debates.

Com Coragem e Audácia, todos juntos, nos tornemos responsáveis por uma sociedade mais justa e humana.

Saudações fraternas,
Flavio César Rossi
Fabio Camilo Biscalchin
Nancy Tereza Horschütz

Palavras dos Coordenadores de Cursos

Sobre o Curso de Administração no Centro UNISAL

Nos dias de hoje, a Administração revela-se uma área do conhecimento humano muito complexa e cheia de desafios. O profissional de Administração pode trabalhar nos mais variados níveis de uma organização, desde a execução da tarefa mais elementar até o nível de gerência máxima. O administrador também pode atuar em setores especializados.

A tarefa do administrador aplica-se a qualquer tipo ou tamanho de organização, seja ela uma grande indústria, uma rede de supermercados, uma escola, um clube, um hospital ou ainda uma empresa de consultoria ou de serviços.

A complexa época em que vivemos, na qual as mudanças e incertezas são a tônica, tornou a Administração uma das mais importantes áreas da atividade humana e uma das mais requisitadas.

Prof. Flavio César Rossi, Administrador, Coordenador do Curso de Administração do Centro Universitário Salesiano de São Paulo/Unisal de Americana

Comunicação sem Responsabilidade Social?

Quando pessoas ou empresas afirmam que são socialmente responsáveis, isto é tudo aquilo que, nós educadores da área de Comunicação Social gostaríamos que acontecesse. Porém, é preciso ficar atentos para que a cidadania não seja desrespeitada, afrontada, utilizada com objetivos mercadológicos apenas.

Muitos empresários, ou até mesmo políticos em épocas de eleições, em nome de uma ação ecologicamente correta, por exemplo, fazem o discurso de um "marketing verde". É aquela velha idéia de que vale tudo na hora de buscar e conquistar um cliente ou um eleitor.

Aquele que produz sua comunicação empresarial, política ou uma campanha publicitária, deve destacar aspectos que os qualifiquem como instrumento de Responsabilidade Social.

Ética, transparência, relacionamentos democráticos que valorizem, de fato, as inclusões sociais, raciais entre outras, são atributos da boa comunicação e da empresa cidadã que leva a sério a Responsabilidade Social.

Usar de subterfúgios, da propaganda enganosa ou maquiagem produtos, serviços, candidatos a cargos públicos e idéias, são práticas que nós devemos abominar permanentemente. É impossível separar Comunicação, Publicidade e Jornalismo da Responsabilidade Social, seria uma falsificação da verdade e da cidadania.

Prof. Paulo Sérgio Tomaziello, Jornalista, Coordenador do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Salesiano de São Paulo/Unisal de Americana

Responsabilidade Social – A importância da participação do contador na elaboração do Balanço Social

No desempenho de suas funções nas organizações, o Contador deve, além de suas atribuições normais, dar sua contribuição profissional e pessoal no desenvolvimento de ações de responsabilidade social. E essa contribuição deve ocorrer tanto no engajamento de atividades sociais, como cidadão, como no desenvolvimento de relatórios que reflitam as ações desenvolvidas pela empresa e por seus colaboradores.

Consideramos que tão importante quanto organizar e realizar ações sociais, está a necessidade de relatar as ações desenvolvidas e os resultados obtidos, não somente como uma forma de prestação de contas, como uma maneira de estimular a iniciativa daqueles que ainda não deram o primeiro passo nessa direção.

O Contador detém grande parte das informações que devem ser incluídas no Relatório Anual de Ações de Responsabilidade Social, e é o responsável pela elaboração do Balanço Social da organização, a ser incluído no citado relatório.

Nesse cenário, é de extrema importância a participação do Contador no desenvolvimento das atividades voltadas a esse tema, pois os Relatórios Contábeis representam a principal fonte das informações a serem inseridas no Balanço Social.

Dentre as informações que devam fazer parte do Balanço Social, e são extraídas dos Relatórios Contábeis, podemos citar os gastos com os Indicadores Sociais Internos e Externos.

Os Indicadores Sociais Internos podem ser gastos com alimentação, saúde e educação dos funcionários, desembolsos com capacitação e desenvolvimento profissional dos colaboradores, pagamento de impostos e encargos sociais compulsórios, previdência privada (aposentadoria complementar), pagamento de participação nos lucros, dentre outros.

Os Indicadores Sociais Externos podem ser gastos com educação, saúde, esporte e cultura em entidades públicas ou privadas, gastos com programas sociais, tais como Combate à Fome, Educação e Conscientização Ambiental, participação em projetos sociais governamentais, dentre outros gastos.

Como se vê, o Contador tem em suas mãos as principais informações para a elaboração do Balanço Social e da prestação de contas das atividades realizadas pelas organizações no campo da Responsabilidade Social, e esse profissional não pode se esquivar a participar ativamente desse processo.

Prof. André Roberto Cillo, Contador e Advogado
Coordenador do Curso de Ciências Contábeis
do Centro Universitário Salesiano de São Paulo/Unisal de Americana

Provocação Inicial

Responsabilidade Social e o fim da Cidadania

Fabio Camilo Biscalchin

A responsabilidade social, hoje apregoada pelas empresas, não passa de diferencial competitivo para seus produtos. As empresas, alcançando os possíveis fatores que agregavam diferenciais para os seus produtos, tais como ISO 9000, 14000, SA 8000 entre outros, abrem um novo campo de negócio, o social. Sim, o social é mais um negócio, e não preocupação ética da parte das empresas. Isto é facilmente percebido quando entendemos que a Responsabilidade Social é algo que nasce do planejamento estratégico da empresa, é um investimento pensado de longo prazo (isto não é ruim), que inicialmente trará custos mas, no decorrer do processo, os benefícios do produto associado com o social serão muitos para a empresa.

Porém, isto traz um agravante, as empresas se auto-justificam socialmente responsáveis através da alegação de incompetência dos governos. Em outras palavras, as empresas somente entraram no campo social porque as ações governamentais não foram e não são suficientes para sanar as urgências dos cidadãos, tais como educação, saúde, segurança e outros. A empresa, observando esta lacuna, descobre sua missão redentora e entra no lugar do governo para SALVAR A PÁTRIA. Que lindo! (risos). Os empresários, por ‘salvar a pátria’, se auto-intitulam ‘empresários-cidadãos’ e, conseqüentemente, suas empresas tornam-se ‘empresas-cidadãs’.

O problema é este: quando a ‘empresa cidadã’ é a que passa a garantir os direitos dos cidadãos estes perdem sua liberdade, perdem seus direitos de cidadania, pois seus direitos têm que ser garantidos pelo Estado e não por empresas. Quando a empresa oferece as garantias para a vivência plena de cidadania, perde-se a autonomia do cidadão, este fica atrelado à empresa que ofereceu a ele, cidadão, seus direitos. Ao contrário, quando recebemos do Estado aquilo que é de direito, nenhum cidadão deve obrigações para alguém, ele simplesmente recebeu o que é seu.

E mais, quando a empresa oferece algo que o Estado deveria oferecer, o cidadão perde o seu direito de reclamar por seus direitos, pois a empresa ‘anestesia’ o cidadão de sua dor da ausência de seus direitos. A dor suprimida pelo benefício recebido pela empresa ofusca seu desejo de exigir de modo pleno, e não apenas como um favor interesseiro que vem das empresas, suas garantias para uma vida digna.

É evidente também que atitudes que as empresas consideram Responsabilidade Social são apenas obrigações legais que estão sendo cumpridas, tais como: a não contratação de mão de obra infantil (para que ter um selo para demonstrar este compromisso, se isto apenas é um cumprimento de lei que gera punição caso não seja executada); cuidados com o meio ambiente, evitando poluições através de reciclagem e outros, isto também é exigência de lei; E as demais ações que não necessariamente são obrigações legais são hoje moedas de troca com a sociedade, mesmo aquelas feitas por convicção.

A Responsabilidade Social é a moeda de troca do momento, a empresa faz ações planejadas de melhorias junto ao social, mas espera um retorno substancial de longo prazo em seus cofres, tanto dos consumidores diretos que são ludibriados pelas novas campanhas de marketing que conferem status de socialmente responsável para os consumidores ‘conscientes’ que apenas compram daquelas empresas que são ‘boas’ para a sociedade, como para os acionistas que ao observar as aplicações sociais da empresa através do ‘Balanço Social’ sentem-se seguros para fazer seus investimentos em empresas que possuem um fluxo de caixa tão bom o que viabiliza para ela inclusive a aplicação no social.

E o fim da Cidadania vem caminhando em passos largos, pois também os governos ao observar o ‘Balanço Social’ e outras ações das empresas percebe que não precisam mais investir em determinados setores sociais, deixando-os a sorte das iniciativas privadas que buscam alvos que geram visibilidade para suas aplicações de troca. Com isso os direitos de todos nós cidadãos vão sendo terceirizados ao bel prazer daqueles que podem oferecer mais.

Então fica claro que a Responsabilidade Social é do departamento de planejamento e estratégia da empresa, e não uma ação ética da empresa. Afinal, é estranho querer ser ético esperando algo em troca. O que você pensa?

Fabio Camilo Biscalchin é Professor do Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Unidade Americana. Mestrando em Educação pela UNIMEP; E-mail: fabiocamilo@uol.com.br.

Paliativo ou Privatização das Nossas Relações

Daner Hornich

Vivemos em uma sociedade democrática – numa sociedade de tensões, conflitos, resoluções e sonhos que projeta uma vida de fragilidade, de incerteza, de dúvidas, de futilidade e de dissolução da coisa pública, por meio do crime, do clientelismo, da corrupção e do favoritismo de um lado, e das considerações em torno da transparência, da ética, da justiça e dos bons costumes de outro.

Esse cenário, desenhado nas linhas acima, compreende relações de poder no Brasil – relações essas que são determinadas e definidas pela vida econômica, com um discurso ditatorial mais forte e representativo que o da ditadura militar em nosso país.

O discurso corrente em nossa sociedade pelos meios de comunicação, pelos empresários, pelo governo, pelos reitores e pelos formadores de opiniões – é o econômico transformado em uma lei invisível que permeia o imaginário das nossas vidas no boteco da esquina, na igreja, na universidade, nas colunas dos jornais, na indústria e no palácio da república.

O econômico com essa capa invisível de “mulher maravilha” transformada em lei – tornou-se na nossa profissão de fé, para não dizer em dogma, com os seus propagadores – catequistas da nova ordem econômica – que vivem do comércio da verborragia sofisticada da persuasão absoluta, por meio, das elucubrações de terror, medo e conformismo, com as seguintes palavras de ordem: “se você não se adaptar ao mercado, você está morto”, “se você não tem capital você não vive.” Ou “se você não cortar os funcionários do quadro da empresa você vai quebrar”, entre outros discursos que povoa o nosso imaginário, como as privatizações e as reduções de custo numa sociedade de alto custo.

Tudo nessa sociedade tem um preço e um alto custo a ser pago com as nossas vidas de fazer de contas e brincar de administrar a vida alheia com as nossas decisões carregadas de estatísticas, cálculos, técnicas e especialidades que subordinam a vida dos cidadãos à econômica, por meio, de um novo discurso à conta gotas – analgésico no alívio das dores e caridoso na eficiência de suas ações, como a idéia de uma responsabilidade social.

Essa idéia de uma nova responsabilidade social trouxe com ela, uma nova roupagem “ética” da liga dos “super-amigos”, dos salvadores do caos estabelecido pelo Estado democrático de direito, para ajudar com as sobras dos seus lucros as deficiências e as carências estatais nas diversas áreas públicas, com um discurso que procura minorar a miséria, sem solucionar os problemas das nossas mazelas, mas oferecer um paliativo.

Como Marx argumentava em seus “manuscritos econômico-filosóficos: “A existência do trabalhador é, portanto, reduzida à condição de existência de qualquer outra mercadoria. O Trabalhador tornou-se uma mercadoria e é uma sorte para ele conseguir chegar ao homem que se interesse por ele. E a procura, da qual a vida do trabalhador depende, depende do capricho do rico e capitalista” (Marx, 2004, 24).

Será que não é isso esse novo paliativo – chamado de responsabilidade social – um capricho que depende do interesse do rico e capitalista que pensa o social com suas carências e

ineficiências que precisam ser diminuídas? Ou será a responsabilidade social a mais nova privatização das nossas relações?

Não sei! Mas sei que precisamos pensar sobre essa nova roupa usada, comercializada e consumida por todas as empresas e debatidas na universidade sobre o crivo da razão e dos sentidos – que investiga, por meio da pesquisa e do debate aberto e público as novas nuances da nossa vida cotidiana.

Daner Hornich é Professor do Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Unidade Americana.
Mestre em Filosofia pela PUC-SP; E-mail: danerhornich@bol.com.br

Bibliografia

Marx, Karl. *Manuscritos econômico-filosóficos*. Tradução Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo editorial, 2004.

Ribeiro, Renato Janine. *“A sociedade contra o social: o alto custo da vida pública no Brasil”*. São Paulo: Companhia da Letras, 2000.

Pela Responsabilidade Conceitual

Luís Antonio Groppo

Quem poderia ser contra a Responsabilidade Social? O termo e as justificativas usadas pelos detentores desta idéia, marca, logo ou selo, são por si só simpáticos, mobilizadores de opiniões favoráveis. Associa-se à Responsabilidade Social, virtudes tão potentes e diversas como cidadania, bem-estar, equidade, direitos, solidariedade, sociedade civil, entre outros.

Na era da chamada mobilização de novos atores sociais, de uma autônoma sociedade civil, da constituição de um pretense belo e independente Terceiro Setor, as empresas e o empresariado apresentam-se como um destes novos atores sociais, como parte desta sociedade civil solidária e, até mesmo, como parte daquele Terceiro Setor que, a princípio, eles não deveriam fazer parte – já que comporiam o segundo setor, a saber, o mercado.

Tal qual um milagre, os arautos do mercado – “setor” no qual o lucro é a regra e a acumulação de capital a meta – tornam-se também os protagonistas de um novo “setor público não-estatal”. E dizem saber fazer melhor a intervenção social que o Estado. Ah, o Estado! Aquele gigantesco elefante branco, berço da incompetência, da burocracia e da corrupção! Como pode um dia achar que resolveria as limitações do livre mercado (limitações que foram pura invenção keynesiana)? Como pode um dia achar que constituiria uma esfera pública de exercício da cidadania? Em vez disto, teria este Estado dantesco gerado a ineficiência do setor público e a inventado a vagabundice dos imprevidentes e desempregados sustentados pelos valiosos recursos retirados violentamente por estes horrendos impostos que oneram o empresariado e dificultam a geração de novos empregos...

O discurso ironicamente reproduzido acima é aquele alimentado pelas ideologias neoliberais, que vieram costurando nos últimos anos a legitimidade de uma série de reformas sociais, econômicas e políticas que ajudaram a implementar o atual capitalismo. Além de neoliberal, este capitalismo é global e flexível. Traz como resultados, nova e enorme lucratividade dos capitais, principalmente os de caráter transnacional e especulativo. Mas, também, novos e assustadores surtos de pobreza, miséria, desemprego estrutural e exclusão. Como o próprio neoliberalismo apregoa que o Estado é ineficiente, burocrático, corrupto e intervém de modo desmedido nas liberdades individuais, defende-se que são os próprios indivíduos – associados ou não – quem devem intervir para resolver estes problemas sociais. Erige-se, deste modo, o que muitos vêm chamando de “Terceiro Setor”, termo bastante vago para se referir a um conjunto de ações de caráter fragmentário de uma miríade de organizações (que vão das Organizações Governamentais – as ONGs, a entidades tradicionais de caridade) que tão somente remediam problemas graves gerados pela dinâmica daquele mesmo sistema sócio-econômico que se concebe como o melhor ou o único possível. (Montaño, 2005).

Um ator inesperado veio se juntar a estas organizações do Terceiro Setor: o empresariado, com suas fundações e ações de Responsabilidade Social. Ator que vem ganhando cada vez mais destaque e legitimidade em suas intervenções nas chamadas mazelas sociais.

Não desejo por ora questionar a eficácia destas ações do Terceiro Setor, em particular a Responsabilidade Social do empresariado, em prol da solução de problemas sociais em que o Estado se retraiu ou deve se retrair, dada sua suposta ineficiência. Desejo apenas apelar para a Responsabilidade Conceitual. Trava-se uma dura batalha pelos significados das palavras. Os discursos que legitimam as ações do Terceiro Setor e da Responsabilidade Social apelam para conceitos e idéias-chave retirados do imaginário político e social recente brasileiro – como dito acima, cidadania, solidariedade, direitos sociais, igualdade, bem-estar e sociedade civil. Entretanto, estes termos ou conceitos-chave da práxis política dos movimentos sociais brasileiros recentes vêm sendo radicalmente ressignificados, metamorfoseados.

Desejo destacar a ressignificação de cidadania, solidariedade e sociedade civil, com base principalmente em textos de Maria Célia Paoli (2002) e Vera da Silva Telles (2001).

Segundo Paoli (2002), há duas diferentes noções de sociedade civil e solidariedade no Brasil:

- Uma noção oriunda de movimentos sociais politizados, atuantes principalmente nos anos 1970 e 80 no combate ao regime militar e/ou seus efeitos sociais regressivos;
- Uma noção oriunda de Organizações Não-Governamentais profissionalizadas, mais destacadas a partir dos anos 1990, as quais deslocam a solidariedade do ativismo político para o ativismo social; também, deslocam a participação popular em favor da formulação técnicas das demandas populares e sua negociação de modo pragmático com os governos, gerando a despolitização das questões sociais.

Os movimentos sociais dos anos 1980 tiveram então forte impacto, gerando uma nova esquerda e um novo vocabulário político em que o termo cidadania tinha papel central. Aspirava-se a uma autonomia pública dos movimentos sociais contra “um Estado monopolizador das decisões públicas e injusto na seletividade de interesses com que decidia responder às demandas de distribuição social” e autoritário. (Paoli, 2002, p. 405).

Como dito, porém, esta aspiração foi ressignificada na forma da defesa das organizações públicas não-estatais, em destaque as ONGs, ao longo dos anos 1990. (ibid.). E um ator inesperado veio se juntar aos demais atores aglutinados na alcunha Terceiro Setor: o empresariado, através da “Responsabilidade Social”.

A cidadania passa a ser considerada como “participação comunitária” (no grupo local, em dada localidade) e o sujeito de direitos dá lugar ao “usuário de serviços” (Telles, 2001, p. 161). Serviços sociais são oferecidos não mais segundo critérios fundados na garantia universal de direitos, mas por “critérios focalizados, seletivos e focalizados, estabelecidos sempre de modo ad hoc pelas agências, grupos comunitários ou organismos não governamentais que os gerem” (ibid.). Os usuários, tristes excluídos do sistema, passam a depender totalmente da boa vontade ou competência destas organizações. A aleatoriedade da benemerência substitui a promessa da universalidade dos direitos.

Com esta ressignificação, também a defesa da “participação de novos atores” mudou de sentido:

- Nos anos 1980, dentro dos movimentos sociais, tratava-se de uma demanda de cidadania, crítica, como forma de luta para a implementação das garantias público-estatais de bem-estar social;

· Mas ela foi reapropriada pela idéia do “público não-estatal” justamente para legitimar o desmanche destas garantias – ou seja, caminhou no sentido inverso ao dos movimentos sociais dos anos 1980.

O discurso da Responsabilidade Social vem realizar vários “deslizes semânticos”, fazendo conexões imediatas entre sociedade, cidadania e empresa privada, propondo no lugar do “contrato social pela mediação das organizações privadas sociais” “algo equivalente a um novo tipo de arranjo localizado e aleatório”, e tornando o termo “sociedade civil” como um campo “neutro”, gerencial e pragmático. (Paoli, 2002, p. 391).

Certamente, há algo de inovação na Responsabilidade Social, mas falta o essencial para Paoli e Telles: justamente, a construção de um espaço público real e universal em que a crítica e a ação organizada dos excluídos em busca de seus direitos possam acontecer, um espaço público de participação e luta dos desiguais pela justiça, direitos e igualdade.

A Responsabilidade Social também é ligada indiretamente à idéia que defende a substituição “da idéia de deliberação participativa ampliada sobre os bens públicos pela noção de gestão eficaz de recursos sociais, cuja distribuição é decidida aleatória e privadamente”, o que significa o desmanche da referência pública e política contra as injustiças sociais. (Paoli, 2002, p. 404).

A lógica da esfera pública-não estatal e da Responsabilidade Social tende “a transformar cidadãos designados como sujeitos de direitos em receptores de favores e generosidades”. (Paoli, 2002, p. 413). Segundo Telles (2001), citando A. Sposati, a solidariedade pregada não é mais a dos direitos sociais (de caráter universalista e cidadão), mas sim a solidariedade na benemerência.

Houve uma verdadeira metamorfose do padrão de intervenção social no Brasil: da proposta de cidadania participativa, solidariedade a partir da auto-identificação de uma coletividade em torno de suas necessidades e interesses, e da constituição de uma sociedade civil atuante em um espaço público em que demandas sociais poderiam se articular como direitos universalmente garantidos; para um espaço – o Terceiro Setor – em que a cidadania passa a se confundir com a boa-vontade do indivíduo tocado pelos problemas da exclusão de outrem, em que a solidariedade passa a significar uma atuação filantrópica (ainda que, certamente, profissional e empresarialmente organizada) e em que sociedade civil passa a ser um espaço supostamente neutro, despolitizado e em que voluntários e organizações suprem, de modo fragmentário e localizado, carências sociais diversas.

Não desejo por ora discutir mais profundamente os impactos desta metamorfose do modo de intervenção social, nem o quanto estas pretensas ações despolitizadas e neutras favorecem, ainda quando não intencionalmente, a manutenção de um sistema capitalista neoliberal – justamente, o gerador das mazelas sociais que a Responsabilidade Social, assim como todo o Terceiro Setor, afirma ser o único capaz de resolver. Apenas destacar que há uma conquista de corações e mentes para este novo modo de intervenção social a partir de uma manipulação, socialmente irresponsável, ainda que ideologicamente muito bem sucedida, de conceitos tão caros a sonhos, projetos e ações políticas que apontavam para outras direções, até mesmo para outros sistemas sociais que não produziram fenômenos tão medonhos de pobreza e exclusão.

Assim, requeiro um novo surto de responsabilidade semântica, na recuperação dos sentidos mais profundos e emancipadores de cidadania, solidariedade e sociedade civil. Enquanto reina aquela irresponsabilidade, fica mais fácil fazer com que as energias individuais e coletivas que um dia estiveram direcionadas para práticas sociais que se queriam transformadoras sejam, enfim, canalizadas para práticas concretamente tão somente remediadoras de problemas sociais e reiterativas do sistema de vida que produz estes mesmos problemas.

Luis Antonio Groppo é Professor do programa de Mestrado em Educação Social e de vários cursos de graduação no Centro Universitário Salesiano de São Paulo. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas. E-mail: luis.groppo@am.unisal.br

Bibliografia

- MARTINS, Marcos F. Responsabilidade social e avaliação institucional: do valor-de-uso ao valor-de-troca. In. Revista de Ciências da Educação, ano 06, n° 11, Lorena, Unisal, 2° semestre de 2004.
- MONTAÑO, Carlos. *Terceiro setor e a questão social*. Crítica ao padrão emergente de intervenção social. 3a ed. São Paulo, Cortez, 2005.
- NEVES, Lúcia Maria Wanderley (org.) *A nova pedagogia da hegemonia*. Estratégias do capital para educar o consenso. São Paulo, Xamã, 2005.
- PAOLI, Maria Célia. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil, In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). *Democratizar a Democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002, cap. 8, p. 373-418.
- TELLES, Vera da Silva. A “nova questão social” brasileira. In: _____. *Pobreza e cidadania*. São Paulo: USP; Editora 34, 2001, cap. 5, p. 139-166.

O Meio Ambiente e a Logística Reversa

Moacir Pereira

O gerenciamento do fluxo de retorno de embalagens ao processo de produção das empresas ganha importância relevante na logística, principalmente a preocupação com o destino final dos produtos quando se encerra seu ciclo de vida.

Atualmente não se deve pensar em descartá-los no meio ambiente. Algum tempo atrás, as empresas planejavam a logística de distribuição dos produtos acabados, contemplando da origem até o destino (geralmente o consumidor final). Hoje, é importante planejar não apenas o sentido até o consumidor, mas também o retorno, seja da embalagem ou o próprio produto, caso este tenha algum problema de qualidade ou tenha sido recusado pelo consumidor.

Normalmente quando se estuda a logística, verifica-se que o fluxo é quase sempre fornecedor, produção e entrega ao cliente e, em paralelo com esse processo, o fluxo de informação.

Entretanto, poucos observam o ciclo contrário, ou seja, o fluxo de material que se inicia a partir do cliente, novo processamento e produtor inicial.

Essa situação é bastante corriqueira nos dias atuais, principalmente diante do quadro econômico brasileiro e da massa de pessoas desempregadas que diariamente batem às portas das empresas.

Para poder colocar comida em casa e ter uma vida minimamente digna, várias pessoas são obrigadas a buscar o sustento recolhendo latinhas de alumínio, papelão, vidro, etc., e vendendo aos chamados sucateiros, conhecidos como depósitos de ferro-velho.

Embora seja considerado ecologicamente correto, o que é uma atitude muito bonita, pois essas pessoas estão auxiliando diretamente a conservação do meio ambiente, também é uma ação de sobrevivência, mormente quando se sabe que, na casa de cada um desses recolhedores de material reciclável, há sempre a esposa ou marido e crianças esperando um prato de comida, a primeira refeição do dia, senão a única.

A logística reversa, que é o fluxo de material que ocorre do consumidor final (material descartado ou de retorno), até o produtor inicial, não é novidade, pois sua prática pode ser observada desde algum tempo na indústria de bebidas com a utilização das garrafas retornáveis e os engradados.

Do mesmo modo, quando um trabalhador recolhe as latinhas de alumínio, o papelão e o vidro que são descartados pelos consumidores, separa-os em contentores distintos e vende novamente à indústria original, está praticando a logística reversa.

A esses trabalhadores deve-se ter um respeito adicional, pois embora estejam contribuindo de forma ativa para o meio ambiente e buscando uma renda mínima digna para a família, podem ser denominados de trabalhadores da logística reversa em prol do meio ambiente.

GRUPOS DE TRABALHO DISCENTES

SEGUNDA-FEIRA

02/10/2006 das 10h30 às 11h30

Curso de Administração

LOCAL: Auditório Azul

DIA: Segunda-feira – 02/10/2006 – 10h30 às 11h30

MODERADOR: Fabio Camilo Biscalchin

DEBATEDORES: Sergio Luiz Cabrini; Valdir Menutole; Denyse Fonseca Prada;
Regina Aparecida Penachione; Flávio César Rossi; João Carlos Caselli Messias

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: RECICLAGEM

TÍTULO: COOPERATIVA COOPERLÍRIOS

AUTORES: Adriana Otani Felix, Dariê Roberta Camargo, Edmar Barboza
ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSORA ORIENTADORA: Regina Aparecida Penachione

RESUMO: Este trabalho tem como finalidade expor fatores que geram discussão e reflexão. Há muito tempo, fala-se em responsabilidade social da empresa. E, de fato, pode-se observar que algumas empresas, aqui no Brasil, têm levado a sério suas relações com a comunidade, com o meio ambiente e com seu próprio corpo de funcionários. Nos últimos anos, essas relações se tornaram uma questão de sobrevivência empresarial, quando se pensa a longo prazo. Isto sem falar é claro, do lado ético e humano que a responsabilidade social envolve e pode desenvolver. A empresa estudada é a Cooperlários, uma empresa inserida no ramo de reciclagem que visa minimizar problemas com aterros e com a limpeza pública, proporcionando também oportunidades de emprego na questão da coleta seletiva.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização; Importância; Cooperativa

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: MINIMIZAÇÃO DE ENTRADAS E SAÍDAS DO PROCESSO PRODUTIVO

TÍTULO: TRATAMENTO DE EFLUENTES UTILIZADOS POR VIRONDA
CONFECÇÕES LTDA

AUTORES: Ana Paula Covolan e Anderson Pereira de Freitas

ADMINISTRAÇÃO 4º M

RESUMO: O objetivo deste artigo é analisar o processo de responsabilidade social junto ao meio ambiente da Vironda Confecções Ltda. Para tanto, buscou-se investigar o sistema de tratamento de efluentes empregado pela empresa, analisando a legislação ambiental e identificando os resultados obtidos.

PALAVRAS-CHAVE: Sistema de Tratamento de Efluentes; Resultados

ÁREA: GESTÃO ESTRATÉGICA

TEMA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

TÍTULO: AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM IMPERATIVO DA GESTÃO CONTEMPORÂNEA

AUTORES: Érica Araújo dos Santos, Valdirene Pereira de Souza

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSORA ORIENTADORA: Denyse Fonseca Prada

RESUMO: O presente artigo trata a importante questão da Responsabilidade Social, tratando os desafios enfrentados pelas empresas que optam por adotar ações de responsabilidade social em suas atividades de negócios. O estudo apresenta a evolução do conceito de Responsabilidade Social, assim como algumas evidências dos benefícios gerados pela adesão a esta nova atitude corporativa.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão; Competitividade; Desempenho

ÁREA: VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA

TEMA: ASSÉDIO MORAL

TÍTULO: VIOLÊNCIA INTANGÍVEL NO AMBIENTE DE TRABALHO

AUTORES: Gisele Marchiori; Leandro Moura da Silva Rocha

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: João Carlos Caselli Messias

RESUMO: Neste artigo, serão relatados alguns dos aspectos discutidos sobre o tema assédio moral, tendo como foco a identificação do que realmente o caracteriza como tal, dando-lhe conceituação real e quais são suas conseqüências no mundo corporativo, como a criação de leis, normas e principalmente seus impactos negativos aos colaboradores como pessoas e profissionais.

PALAVRAS-CHAVE: Humilhação; Mobbing; Assédio Moral

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: EDUCAÇÃO AMBIENTAL

TÍTULO: A EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO FORMA DE CONSCIENTIZAÇÃO EM UMA EMPRESA “O BOTICÁRIO”

AUTORES: Maria Cristina Polline, Sirlene Alexandre da Silva, Sonia Regina Rosário de Souza

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: Atualmente, a educação ambiental ganha destaque entre as ações governamentais, privadas e do terceiro setor devido a grande degradação do meio ambiente pelo homem. Na esfera da educação existe uma lacuna, e a preocupação com o meio ambiente, que antes não era percebida pelo fato de estarmos inseridos em um país com grande abundância de recursos, passando a idéia de serem infinitos e desta forma não trabalhando o fator desperdício. Algumas empresas se mostram interessadas em contribuir para melhorar a conscientização como é o caso da Fundação O Boticário de Proteção a Natureza, que por meio de práticas ligadas à área ambiental, lida com essa questão, sendo objeto deste artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade; Sustentabilidade; Educação

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: RECICLAGEM

TÍTULO: RECICLAGEM DE EMBALAGEM PET

AUTORES: Robson Eduardo Cordeiro, Rodrigo Alexandre Bortolletto

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: Moacir Pereira

RESUMO: Já, há algum tempo, a sociedade se preocupa com a questão ambiental, a reciclagem é um processo industrial que converte o lixo descartado em outro produto. Reciclar é economizar energia, poupar recursos naturais e trazer de volta o que é jogado fora. Um dos plásticos mais reciclados em todo o mundo é o polímero de PET, pois é um poliéster com uma extensa gama de aplicações: fibras têxteis, embalagens, fitas, etc. A embalagem de PET, quando reciclada, tem inúmeras vantagens sobre outras embalagens, do ponto de vista da energia consumida, consumo de água, impacto ambiental, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Reciclagem; PET; Logística Reversa

QUINTA-FEIRA

05/10/2006 das 19h30 às 20h45

Curso de Administração / Curso de Comunicação Social

Os artigos do curso de Comunicação Social fazem parte do Projeto Integrado realizado no 2º ano (3º e 4º semestre) do curso. Todos os trabalhos foram orientados pelos professores Crispim Antonio Campos, Daniela Regina da Silva, Fabio Camilo Biscalchin, Jane Aparecida Simon Lara Phenis, José Jorge Tannus Júnior, Paulo Sérgio Tomaziello, Regina Aparecida Penachione, Vitor Machado e Wagner Luiz Schmidt.

LOCAL: Sala 01

DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 19h30 às 20h45

MODERADOR: Jarbas Martins

DEBATEDORA: Jane Aparecida Simon Lara Phenis

TÍTULO: ARROZ TIO JOÃO

AGÊNCIA: ZAPY COMUNICAÇÕES

AUTORES: Débora Pessina, Jaqueline Urtado, Mariana Villa Fanha Negro, Rodnei Rodrigues Higa, Vanderlei Alves Pereira

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano

RESUMO: A publicidade tem como objetivo desenvolver e criar uma propaganda dentro da ética e moralidade, transmitindo bons valores à sociedade. Com base nestes conceitos, escolheu-se uma peça fora dos padrões éticos, que mostra uma mensagem preconceituosa, contendo uma frase ambígua. A partir disso, o desafio foi reformulá-la dentro dos padrões morais e éticos, destacando o importante papel da mulher no contexto social.

PALAVRAS-CHAVE: Ética; Preconceito; Valorização da Mulher

ÁREA: COMUNICAÇÃO**TEMA: MARKETING DE CAUSAS SOCIAIS****TÍTULO: MARKETING DE CAUSAS SOCIAIS****AUTORES: Caroline Nery Scavacini, José Antonio Saiz Garcia, Lúcio Rodrigo Colletti, Silmara Virgentin, Romeu de Lourenço****ADMINISTRAÇÃO 4º A****PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi**

RESUMO: No mundo competitivo em que vivemos atualmente, na maioria das vezes, as empresas acabam por se esquecer de desenvolver as atividades de cunho social, e as que exercem esta prática também em sua maioria só parecem fazê-lo com o interesse do lucro, ou seja, utilizar as ações de responsabilidade social para ter um diferencial em seu produto e conseguir mais ganhos monetários. O marketing social utiliza os resultados desta participação de natureza social para expor positivamente um produto ou empresa para seu mercado. Este é o conceito correto, mas o que acaba por acontecer é que muitas empresas acabam realizando ações de responsabilidade social pontuais e não continuadas, descaracterizando assim o conceito de responsabilidade social, porém utilizando o marketing da ação pontual a seu favor, ou seja, faltando com a ética no que se relaciona ao assunto.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing social; Valor social; Ética

ÁREA: COMUNIDADE**TEMA: ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NA ÁREA SOCIAL****TÍTULO: A RELAÇÃO ENTRE UMA ONG E A REALIDADE BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO****AUTORES: Leandro Perrut Costa, Luana Gonçalves Pinto, Mariana Vanessa Santa Rosa, Vanessa Batista de Paiva****ADMINISTRAÇÃO 4º B****PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi**

RESUMO: O terceiro setor, constituído por organizações sem fins lucrativos e não governamentais, tem por objetivo gerar serviços de caráter público, e a cada dia assume uma parcela maior da responsabilidade pelas questões sociais do primeiro setor, este constituído pelo governo. Essa pesquisa tem por finalidade identificar as práticas adotadas por uma Organização Não Governamental (ONG) em um caso real e a sua efetiva atuação enquanto provedora do papel do estado.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Filantropia; Determinação

ÁREA: MEIO AMBIENTE**TEMA: RECICLAGEM****TÍTULO: RECICLAGEM DE ALUMÍNIO****AUTORES: Tiago Rafael Bugno, Wagner Dioraci Franco Zanetti****ADMINISTRAÇÃO 4º C****PROFESSORA ORIENTADORA: Nancy Tereza Horschütz**

RESUMO: Responsabilidade Social poderá ser entendida como o que as instituições, empresas, tanto com ou sem fins lucrativos, podem realizar em prol de uma sociedade mais justa e menos desigual, deve ser na empresa algo que unifique todos em torno da idéia, que traga retornos positivos tanto para

quem faz, como para quem recebe, deve estar também aberta a diálogos entre as partes que a compõem: sociedade, funcionários, fornecedores, acionistas, etc. O nosso projeto tem como intuito abordar a responsabilidade social aplicada no meio ambiente, em evidência a reciclagem de alumínio.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização; Meio ambiente; Reciclagem

LOCAL: Sala 02

DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 19h30 às 20h45

MODERADORA: Denyse Fonseca Prada

DEBATEDOR: Flávio César Rossi

TÍTULO: O BOTICÁRIO – BÁLSAMO DA SORTE

AGÊNCIA: ZÊNITE

AUTORES: Charles Alexandre Azevedo, Diana Andreza Terense Peressinotto, Everton Victório Fagnani, Larissa Santarosa Modena, Mônica Papa

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano

RESUMO: O produto Bálsamo da Sorte tem por finalidade mostrar às pessoas a inusitada consagração das misturas de elementos que o produto possui, as composições tiradas da natureza, da água, de várias raças e culturas universais. Cria-se uma aura de bem-estar nas pessoas, preparando-as para serem surpreendentes em seu próprio eu. A natureza escuta! Quando você pára prá ouvi-la.

PALAVRAS-CHAVE: Natureza; Bem-estar; Culturas

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: COMPENSAÇÃO DA NATUREZA PELOS IMPACTOS AMBIENTAIS E USO DE RECURSOS

TÍTULO: MEIO AMBIENTE, FONTE RENOVÁVEL DA SUBSISTÊNCIA HUMANA

AUTORES: Ana Lúcia Veronezzi, Carine Vanessa Rossi, Daniel Marques de Campos, Viviane Helena Pantaroto, Wesley Rogério Pereira

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Regina Aparecida Penachione

RESUMO: Este artigo tem por objetivo apresentar a implementação de reutilização de águas para fins benéficos, tanto para a sociedade, como para o meio ambiente. É fundamental que haja uma sustentabilidade dos recursos naturais para o melhoramento e conservação do meio ambiente. É preocupante a maneira como se tem utilizado os recursos hídricos, pois, a água potável está se tornando escassa a cada dia. O artigo mostrará que com uma sociedade mais consciente, e empresas adotando mecanismos que possam ajudar nessa caminhada a um equilíbrio ecológico, outros poderão gozar de todos esses recursos existentes.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Águas Residuárias; Recursos Hídricos

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: A VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

TÍTULO: A VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE NAS EMPRESAS**AUTORES: Daniela Guedes Santana, Luciana Santa Eulália Terzi, Luciane Aparecida Piovezan de Jesus, Maína Favaro de Campos, Vanessa Medeiros Alves****ADMINISTRAÇÃO 4º B****PROFESSORA ORIENTADORA: Luciana Teles**

RESUMO: Este artigo trata de atividades relacionadas à Responsabilidade Social desenvolvidas por algumas empresas, como forma de Valorização da Diversidade nas empresas. Visando um desenvolvimento cultural e ético das empresas, que beneficiam pessoas portadoras de deficiência, diferentes raças/etnias, mulheres, terceira idade, diferentes opções sexuais, como forma de inclusão social, desenvolvendo uma sociedade com perspectiva de um futuro com igualdade social.

PALAVRAS-CHAVE: Valorização da Diversidade; Cidadãos; Inclusão Social

ÁREA: MEIO AMBIENTE**TEMA: DESTINAÇÃO PÓS-CONSUMO DE PRODUTOS E EMBALAGENS****TÍTULO: O USO CONSCIENTE E O DESCARTE DE EMBALAGENS PET****AUTORES: Alessandra de Miranda Caetano, Cinthia Cristina de Oliveira, Janice de Mello Cordeiro, Maria Flávia Sfriso, Michelle Manente, Renata Mendes Cardoso****ADMINISTRAÇÃO 4º C****PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi**

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo identificar como ocorre o uso consciente do descarte de uma embalagem pet (polietileno tereftalato), e como se tornou, nos últimos anos, um grande problema para a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Reciclagem; Responsabilidade; Consciência

LOCAL: Sala 03**DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 19h30 às 20h45****MODERADOR: Eduardo Peixoto Rocha****DEBATEDOR: Teruo Monobe****TÍTULO: ÍDOLOS****AGÊNCIA: ELITEE COMUNICAÇÃO****AUTORES: Bianca Rosada de Oliveira, Guilherme Malosso Borges Rainha, Mirela Marques de Mello, Tiago Moraes, Vinicius Moreira Ziggianti, Walquiria Moia****COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano**

RESUMO: Uma vez que a comunicação tem um importante peso na construção da sociedade, esta deve ser usada de maneira coerente e ética para permitir boa formação de uma consciência. Com base nesses argumentos, escolheu-se uma propaganda que fugisse destes padrões com o propósito de refazê-la, adequando-a, num contexto ético, de forma que passe a mensagem sem que agrida a cultura popular brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Ideologia; Indústria Cultural; Desvalorização

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: CUIDADO COM A SAÚDE, A SEGURANÇA E AS CONDIÇÕES DE TRABALHO
TÍTULO: CENTRIMAX EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS LTDA - ESTUDO DE CASO

AUTORES: Claudio dos Santos Briano, Cristiane Aparecida Barboza, Duílio Gobbo Filho, Heverton Gustavo Machado, Juliana Aparecida Zanaki, Max Murilo Rossete
ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSOR ORIENTADOR: Moacir Pereira

RESUMO: A responsabilidade social dentro de uma organização visa a construção de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização das pessoas. Este ato tende a crescer gradativamente dentro do cenário mundial das empresas, estimulando e praticando efetivamente a cidadania em sua comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: Integridade; Reintegração; Conscientização

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: RECICLAGEM
TÍTULO: RECICLAR PARA PRESERVAR

AUTORES: Daniel Grego, Ivair dos Santos, Leandro Freitas Calheiros, Matheus Cegóbia Kinchin
ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Geraldo Vitório Biaggi

RESUMO: Uma das preocupações do mundo é com o meio ambiente. Responsabilidade de todos, cidadãos, governo, empresas e entidades começam a tomar atitudes para resgatar a natureza cada vez mais devastada. De olho no futuro, ainda incerto quanto às questões ambientais, a reciclagem é um dos caminhos para preservar o meio ambiente, e se transforma também numa questão social, gerando empregos e desenvolvimento econômico. É de extrema importância, porém, que as atenções voltadas para a reciclagem, não perca seu objetivo principal, e se transforme apenas em mais um negócio.

PALAVRAS-CHAVE: Conscientização; Desperdício; Proteção

LOCAL: Auditório Verde

DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 19h30 às 20h45

MODERADOR: José Antonio Padoveze

DEBATEDOR: Vitor Machado

TÍTULO: SPACE FOX

AUTORES: Ana Claudia Santos Carvalho Jardim, Carlos Adalberto Delfini, César Bregantin da Silva, Gerdean Fernandes da Costa, Ítalo Ramos Toscano de Brito, Vinicius Tironi Galhardo

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano

RESUMO: Com a proposta de ser socialmente transparente com a sociedade para o qual iremos

servir, procura-se, com a propaganda, criar um diálogo participativo que legitime a nossa responsabilidade social, excluindo os apelos imaginários ligados ao sexo e reforçando a necessidade dos estudos para os futuros consumidores da Volkswagen.

PALAVRAS-CHAVE: Transparência; Estudos; Sonhos

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: DESTINAÇÃO PÓS-CONSUMO DE PRODUTOS E EMBALAGENS

TÍTULO: A TRANSFORMAÇÃO NA RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

AUTORES: Denise Elena Moraes, Genivaldo Bonfim Machado, Maria Carolina Paiva Sanson Sasse, Tathyane Moura Costa Nascimento

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSORA ORIENTADORA: Regina Aparecida Penachione

RESUMO: Este artigo trata das atividades pertinentes à Responsabilidade Social desenvolvidas pela empresa Tetra Pak®. Visando à melhoria do meio-ambiente pelo reaproveitamento de matéria-prima na composição de novos produtos, a Tetra Pak® desenvolve parcerias com empresas de reciclagem para o reaproveitamento lucrativo e socialmente responsável de suas embalagens tendo como principal objetivo a preservação do meio-ambiente e desenvolvimento de uma cultura responsável e crítica por parte de seus funcionários, parceiros, clientes, da comunidade onde atua e de toda a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Meio-Ambiente; Reciclagem; Embalagem

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: DESTINAÇÃO PÓS-CONSUMO DE PRODUTOS E EMBALAGENS

TÍTULO: LOGÍSTICA REVERSA: MEIO AMBIENTE E PRODUTIVIDADE

AUTORES: Arinaldo Martins dos Santos, João Victor Crema, Juliano Forster, Rafael Jonas Ignácio

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Moacir Pereira

RESUMO: Este artigo aborda a logística reversa. O ciclo dos produtos na cadeia comercial não termina quando, após serem usados pelos consumidores, são descartados. Há muito se fala em reciclagem e reaproveitamento dos materiais utilizados. Esta questão tornou-se de extrema importância no meio empresarial e vários fatores vêm para estimular a responsabilidade da empresa sobre o fim da vida de seu produto. A preocupação das empresas fica por conta do aumento da confiança do cliente, com políticas de Logística Reversa do Pós-venda ou Administração de Devoluções. Desta forma, a empresa se responsabiliza pela troca imediata do produto, logo após a venda. Outro foco dado à logística reversa é o reaproveitamento e remoção de refugo, feito logo após o processo produtivo. Logística Reversa pode ser classificada como sendo apenas uma versão contrária da Logística como a conhecemos. O fato é que um planejamento reverso utiliza os mesmos processos que um planejamento convencional. Ambos tratam de nível de serviço, armazenagem, transporte, nível de estoque, fluxo de materiais e sistema de informação. No entanto, a Logística Reversa deve ser vista como um novo recurso para a lucratividade.

PALAVRAS-CHAVE: Logística de Reversa; Reciclagem; Consumidores

QUINTA-FEIRA**05/10/2006 das 21h15 às 22h30****Curso de Administração / Curso de Comunicação Social****LOCAL:** Sala 01**DIA:** Quinta-feira – 05/10/2006 – 21h15 às 22h30**MODERADORA:** Jane Aparecida Simon Lara Phenis**DEBATEDOR:** Vitor Machado**TÍTULO:** DIET WAY**AGÊNCIA:** TERRA BRASIL**AUTORES:** Daiana Bonaccini, Gisele Ferreira de Lira, Gustavo Santa Chiara, Jaicilene Galhardo da Silva, Roberto Henrique Ribeiro Rosa**COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano**

RESUMO: Este trabalho, com o intuito de resgatar a propaganda impressa do produto DIET WAY, que utilizava recursos apelativos para sua veiculação, elaborou uma nova propaganda, com valores éticos e morais, utilizando a responsabilidade social. Tem como objetivo a divulgação do produto, implantando a consciência ética na população, para que a sociedade mude seus conceitos sobre a inclusão de deficientes físicos.

PALAVRAS-CHAVE: Ética; Saúde; Inclusão Social**ÁREA:** MEIO AMBIENTE**TEMA:** COMPENSAÇÃO DA NATUREZA PELOS IMPACTOS AMBIENTAIS E USO DE RECURSOS**TÍTULO:** TRABALHO AMBIENTAL: PRÁTICA NO PRESENTE, RESULTADO NO FUTURO**AUTORES:** Daiany Rodrigues, Diego Emanuel de Carvalho, Ricardo Furtado Schimidt, Vinícius Norbiato**ADMINISTRAÇÃO 4º B****PROFESSOR ORIENTADOR:** Moacir Pereira

RESUMO: O tema escolhido “Compensação da natureza pelos impactos ambientais e uso de recursos” trata das questões de responsabilidade social das empresas com o meio ambiente. O grupo destacará pontos importantes, tendo como embasamento pesquisas teóricas, realizadas por meio de estudos de livros, pesquisa informal, revistas e internet. O objetivo é contribuir com a conscientização dos cidadãos sobre as práticas das empresas e mostrar como ocorre a compensação da natureza e uso consciente de recursos, com assuntos referentes à reciclagem, sistema de coleta e logística reversa como parte integrante de impactos do ponto de vista ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Reciclagem; Logística Reversa

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: RECICLAGEM

TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DA RECICLAGEM

AUTORES: Diego Soares Pereira, Érica de Paula Cardoso, Gislaíne Amaral Arvelino, Lincon Alexandre Fraga, Patrícia de Aquino, Priscila de Oliveira Pellisson

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: José Antonio Padoveze

RESUMO: Este artigo tem como objetivo a conscientização da sociedade sobre a importância da reciclagem. Conceitos sobre a reciclagem, os materiais recicláveis, a importância da reciclagem e os benefícios e vantagens.

PALAVRAS-CHAVE: Preservação; Conscientização; Desenvolvimento Sustentável

ÁREA: VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA

TEMA: ASSÉDIO MORAL

TÍTULO: VIOLÊNCIA INTANGÍVEL NO AMBIENTE DE TRABALHO

AUTORES: Gisele Marchiori; Leandro Moura da Silva Rocha

ADMINISTRAÇÃO 4º M

PROFESSOR ORIENTADOR: João Carlos Caselli Messias

RESUMO: Neste artigo, serão relatados alguns dos aspectos discutidos sobre o tema assédio moral, tendo como foco a identificação do que realmente o caracteriza como tal, dando-lhe uma conceituação real e quais são suas consequências no mundo corporativo, como a criação de leis, normas e principalmente seus impactos negativos aos colaboradores como pessoas e profissionais.

PALAVRAS-CHAVE: Humilhação; *Mobbing*; Assédio Moral

LOCAL: Sala 02

DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 21h15 às 22h30

MODERADOR: Dárcio José Novo

DEBATEDOR: Flávio César Rossi

TÍTULO: SEIKO PREMIER

AGÊNCIA: AZZ COMUNICAÇÃO

AUTORES: Danieli Mobilon, Fernanda de Souza Costa, Jenniffer Pereira, João Marcos De Peder Sanches, Myrian Aparecida de Oliveira Camilo, Roberto Medule da Silva

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano

RESUMO: Este trabalho tem por objetivo não só apresentar o produto, mas compor uma peça com valores ético-morais agregada. A agência optou por enfatizar valores familiares, inclusão racial e o incentivo ao hábito da leitura. O ambiente criado resgata a união familiar e tira de foco os modelos tradicionais da maioria das propagandas, pois retrata pessoas da raça negra, inserindo-as não somente na mídia, porém num contexto social valorizado pela sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Incentivo à leitura; Inclusão Racial; União Familiar

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: EDUCAÇÃO AMBIENTAL

TÍTULO: VOTORANTIM CELULOSE E PAPEL: A EDUCAÇÃO AMBIENTAL NA FORMAÇÃO DO SER HUMANO

AUTORES: Emerson Pereira Bom, Jaime Willian de Almeida, Osmar Zani, Rafael Eduardo Garilio, Rafael Rigo

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSORA ORIENTADORA: Luciana Teles

RESUMO: Este artigo trata das atividades pertinentes à Responsabilidade Social desenvolvidas pela Votorantim Celulose e Papel (VCP). Fiel à sua elevada consciência social e ambiental, o Grupo Votorantim tem dedicado recursos e inteligência a estas áreas, investindo na melhoria de vida das comunidades onde atua, através de diversos programas de educação e cultura, saúde e meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Desenvolvimento Sustentável; Comunidade

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: EDUCAÇÃO AMBIENTAL

TÍTULO: EDUCAÇÃO AMBIENTAL - ESTUDO DE CASO: ROMI S.A.

AUTORES: Josiane Carvalho Ferrari, Marcela de Souza Gonçalves

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Geraldo Vitório Biaggi

REPRESENTANTE DA EMPRESA: Karen Cardoso Fernandes

RESUMO: Este artigo trata das atividades desenvolvidas pelas Indústrias Romi S/A com os objetivos de desenvolver, nos funcionários e prestadores de serviços internos, a conscientização ambiental para preservar o meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Ambiental; Desenvolvimento; Conscientização

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: EDUCAÇÃO AMBIENTAL

TÍTULO: EDUCAÇÃO AMBIENTAL “PROJETO TAMAR”

AUTORES: Francisca de Fátima Ferreira de Araújo, Irlene Teotonio de Oliveira, Talita Cristina de Oliveira

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: Este artigo visa apresentar conceito prático e atuante do termo Educação Ambiental, apresentando sua imensa necessidade para que a vida possa continuar em nosso planeta, mas não só por meio de projeto sistemático, mas pela educação e criação do hábito de agir com respeito ao meio ambiente. Como um excelente exemplo de trabalho social e de luta pela conservação do meio ambiente, objetivando a proteção de espécies de tartarugas que vivem no Brasil, temos o Projeto TAMAR que ao longo dos seus 25 anos de atuação, muito fez e continua fazendo pelas tartarugas do nosso país e, principalmente, pelas comunidades litorâneas que, além de conscientes de suas responsabilidades, são beneficiadas com empregos e vários programas educativos e profissionalizantes, proporcionado o crescimento de cidadãos socialmente responsáveis e comprometidos com a natureza.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Tartarugas; Parcerias

LOCAL: Sala 03

DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 21h15 às 22h30

MODERADORA: Luciana Teles

DEBATEDOR: Sérgio Rangel Figueira

TÍTULO: LEVI'S

AUTORES: Antônio André dos Santos, Ariane Conde Nandin, Rodrigo de Lima Pimentel, Talitha Conde Nandin

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano

RESUMO: Dada a escassez de voluntários em projetos sociais ou sócio-ambientais, a peça remontada da Levi's traz um usuário dessa marca usando uma camiseta com o dizer: "Voluntário". Este está educando uma criança a separar o lixo para reciclagem. Assim, a Levi's mostrará mudança de atitude na divulgação de seu produto.

PALAVRAS-CHAVE: Solidariedade; Atitude; Divulgação

ÁREA: CONSUMIDORES

TEMA: INCENTIVO AO CONSUMO CONSCIENTE

TÍTULO: PIRATARIA E SEUS CONSUMIDORES

AUTORES: Adriana de Sant'Anna, Francine Possignolo

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Nancy Tereza Horschütz

RESUMO: A pirataria é toda violação aos direitos de criação, é considerada crime organizado e está em ritmo acelerado no Brasil. É uma atividade ilegal que causa sérios prejuízos a toda população: desemprego, sonegação de impostos, prejuízos à economia nacional, prejuízos à saúde dos consumidores, roubo da propriedade intelectual, prática da concorrência desleal e alimentação do crime organizado.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidores; Sonegação; Pirataria.

ÁREA: COMUNICAÇÃO

TEMA: MARKETING DE CAUSAS SOCIAIS

TÍTULO: VISÃO E INTERMEDIACÃO DA MÍDIA NA REDEFINIÇÃO DO PÚBLICO E PRIVADO

AUTORES: Ana Paula Fernandes Bombatti, Ana Paula Soares da Silva, Marcela Cristina Campanholi, Merlen Keiti da Silva Castrequini, Sarah Jane de Oliveira, Silmara Facincani Gomes

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: Este artigo está voltado para o empreendedor e gestor social, visando a busca do conhecimento e base conceitual além do marketing social. Considera-se que essa área do conhecimento ainda é relativamente nova, no Brasil e, por isso, é pouco conhecida pelos profissionais que atuam no Terceiro Setor. Isso justifica a discussão de alguns conceitos básicos, de modo a auxiliar os gestores de

programas sociais a melhor entender os princípios e métodos que norteiam essa inovadora forma de abordagem das questões sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedor; Gestor social; Marketing Social

ÁREA: COMUNIDADE

TEMA: ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NA ÁREA SOCIAL

TÍTULO: VOLUNTARIADO SOCIAL

AUTORES: Diego Azevedo de Souza, Flávia Barbosa, Liliane Cristina Sândalo, Lucilene Pereira de Souza, Renato de Freitas Stella

ADMINISTRAÇÃO 4º C

RESUMO: Este artigo tem como finalidade abordar a necessidade de praticar o trabalho voluntário dentro e fora das empresas. O voluntário é o jovem ou o adulto que, devido a seu interesse pessoal e ao seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração, em atividades de atendimento ao próximo. Em recente estudo, realizado na Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças, definiu-se o voluntário como ator social e agente de transformação, que presta serviço não remunerado em benefício da comunidade, doando seu tempo e conhecimento, realiza um trabalho gerado pela energia de seu impulso solidário, atendendo tanto as necessidades do próximo ou aos imperativos de uma causa, como as suas próprias motivações pessoais, sejam estas de caráter religioso, cultural filosófico, político emocional.

PALAVRAS-CHAVE: Ator Social; Agente de transformação; Solidariedade

LOCAL: Auditório Verde

DIA: Quinta-feira – 05/10/2006 – 21h15 às 22h30

MODERADOR: Moderador: Valdir Menutole

DEBATEDOR: Nancy Tereza Horschutz

TÍTULO: SCALA

AGÊNCIA: FOCO

AUTORES: Cesar Covesi Mariotti, Drielly Porto Rosa, Everton Torrezan, Linniker Guidantti Belinatti Silva, Pablo Henrique Reis, Vilander Adalberto da Silva Costa

COMUNICAÇÃO SOCIAL 2º ano

RESUMO: Este trabalho escolheu uma peça publicitária de lingerie que usa argumentos apelativos e superficiais de persuasão, prega a exclusão social e não promove conteúdo para o bem-estar da sociedade. Na reformulação da peça, foi utilizado discurso que promove a responsabilidade social por meio da inclusão de toda a classe feminina no consumo do produto.

PALAVRAS-CHAVE: Diversidade; Mulher; Estética

ÁREA: COMUNIDADE

TEMA: ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NA ÁREA SOCIAL

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E O MARKETING SOCIAL

AUTORES: Bruna Sampaio Ferreira Freire, Michele Jacqueline Machado, Natalia Marques, Rafaela Spadaro

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: A metodologia utilizada para este estudo foi o método exploratório, com base em pesquisas bibliográficas e documentais. O principal objetivo deste artigo é destacar a importância do trabalho conjunto do marketing social como estratégia e instrumento de divulgação das ações sociais de empresas socialmente responsáveis, podendo resultar, a longo prazo, em um fortalecimento da marca e na obtenção de um valor diferencial para seus produtos e serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Ações Sociais; Marketing Social; Interface

ÁREA: COMUNIDADE

TEMA: INICIATIVAS PARA A REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS

TÍTULO: INCLUSÃO DE PORTADORES DE DEFICIÊNCIA

AUTORES: Adriana Patrícia Martins, Evelim Rogéria Cuzzolin, Fernanda Giacomelli, Gislaine Previateli

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSORA ORIENTADORA: Luciana Teles

RESUMO: Este artigo mostra a realidade dos portadores de deficiência através das ações de Responsabilidade Social desenvolvidas pelas empresas. Essa realidade vem demonstrando o que as empresas estão fazendo para tornar a inclusão desses PPD's obrigatória, mais interessante tanto para a empresa, como para os próprios PPD's.

PALAVRAS-CHAVE: Igualdade; Inclusão; Interação

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: DESTINAÇÃO PÓS-CONSUMO DE PRODUTOS E EMBALAGENS

TÍTULO: UM OLHAR SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CIDADE DE PIRACICABA

AUTORES: Alessandra Dressano, Alexandro de Carvalho, Cleber Henrique Menezes, Daniela de Lima Porcionato, Karine Bertizola, Roberto Pacheco Garcia

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSORA ORIENTADORA: Nancy Tereza Horschütz

RESUMO: Este artigo trata das atividades desenvolvidas em relação à Responsabilidade Social na cidade de Piracicaba e Região. O projeto destacado neste artigo visa um desenvolvimento ambiental, educacional e cultural, beneficiando famílias de baixa renda, catadores cadastrados, pessoas portadoras de necessidades especiais e outras entidades assistenciais da região (sub-parceiras). Neste projeto a educação ambiental é constante em todas as suas etapas. Além de preservar o meio ambiente, ele visa conscientizar e alfabetizar a todos os envolvidos.

PALAVRAS-CHAVE: Respeito; Solidariedade; Vida

SEXTA-FEIRA**06/10/2006 das 19h30 às 20h45****Curso de Administração / Curso de Ciências Contábeis****LOCAL:** Sala 01**DIA:** Sexta-feira – 06/10/2006 – 19h30 às 20h45**MODERADOR:** Jaime Augusto de Campos**DEBATEDOR:** Daner Hornich**ÁREA:** COMUNIDADE**TEMA:** ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NA ÁREA SOCIAL**TÍTULO:** ADAPTAÇÕES DAS EMPRESAS PARA MELHORAR O DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE**AUTORES:** Ana Célia Juliato Guarnieri, Daiane Aparecida de Oliveira, Débora Maria Businari, Elaine Cristina Alves da Rocha, Simone Pegoraro**CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano****PROFESSOR ORIENTADOR:** João Carlos Caselli Messias

RESUMO: Este artigo pretende demonstrar quais as transformações que as empresas vêm passando para enfrentar um mundo cada vez mais globalizado, com a quantidade de concorrentes aumentando a cada dia. Estas alterações não ocorrem apenas internamente, mas externamente e com isto às empresas necessitaram se adaptar e mudar seu modo de ver a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Social; Comunidade; Empresas**ÁREA:** MEIO AMBIENTE**TEMA:** EDUCAÇÃO AMBIENTAL**TÍTULO:** EDUCAÇÃO AMBIENTAL**AUTOR:** Raphael Patrício Bittencourt**CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano****PROFESSORA ORIENTADORA:** Leny Aparecida Pagotto Boer

RESUMO: O meio ambiente oferece aos seres vivos as condições essenciais para a sua sobrevivência e evolução. A sociedade humana não se sustenta sem água potável, ar puro, solo fértil e sem um clima ameno. Não há economia sem um ambiente estável. Muitas pessoas, no entanto, ainda não compreenderam isso. Ao desenvolver suas atividades socioeconômicas, destróem de forma irracional as bases da sua própria sustentação. Não percebem que dependem de uma base ecológica para a sua vida e a de seus descendentes. Vivem como se fossem a última geração sobre a Terra. A Educação Ambiental é a chave para essa mudança radical de vida.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Educação Ambiental; Homem

ÁREA: COMUNIDADE**TEMA: PARCERIAS COM ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR****TÍTULO: O SORRISO NAS MÃOS DA UNIMED E DOS ANJOS DA ALEGRIA – UM ESTUDO DE CASO****AUTORES: Cleverson Giliard Moraes, Daniele Bassi, Maurinei Benits, Sheila Cristiane Oliveira de Moraes, Taciana Rodrigues de Moraes, Vera Lúcia Gachet****ADMINISTRAÇÃO 4º A****REPRESENTANTE DA EMPRESA: Felipe Attílio****PROFESSORES ORIENTADORES: Flávio César Rossi e Nancy Tereza Horschütz**

RESUMO: Os projetos sociais da Unimed Santa Bárbara D'Oeste e Americana apóiam iniciativas que beneficiam a comunidade, através de projetos voltados a educação, esporte, cultura, lazer, meio ambiente e saúde. Dentre todos os projetos desenvolvidos, os “Anjos da Alegria” foi escolhido para a elaboração deste artigo, abordando a ação social na área do voluntariado e a humanização, pois o projeto é voltado para a recuperação mais rápida dos pacientes em processo de internação hospitalar e, ao mesmo tempo, propiciar alegria aos familiares, acompanhantes e funcionários do hospital.

PALAVRAS-CHAVE: Humanização; Voluntariado; Bem-estar

ÁREA: COMUNIDADE**TEMA: ESTRATÉGIAS DE ATUÇÃO NA ÁREA SOCIAL****TÍTULO: EMPRESA KLABIN S.A. UNIDADE DE PIRACICABA: REDE KLABIN PARA A JUVENTUDE****AUTORES: Alan Oliveira da Silva, João Rafael Pereira, Magali Ap. Manetti dos Santos, Rosidalva Luzia da Silva****ADMINISTRAÇÃO 4º B****PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi**

RESUMO: O artigo enfatiza um público alvo negligenciado, jovens com baixo índice de escolaridade, desempregados e sem experiência profissional. Por intermédio de um estudo de caso realizado na Empresa Klabin S/A, além de explicar as principais etapas que uma organização precisa conhecer para dar início a um projeto de Ação Social, como a importância de se ter funcionários engajados e comprometidos e da parceria voluntária.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Juventude; Inclusão Social

LOCAL: Sala 02**DIA: Sexta-feira – 06/10/2006 – 19h30 às 20h45****MODERADOR: Jarbas Martins****DEBATEDORES: Valéria de Carvalho, Geraldo Vitório Biaggi****ÁREA COMUNIDADE****TEMA: PARCERIAS COM ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR****TÍTULO: ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NA ÁREA SOCIAL**

AUTORES: Daniele Pereira da Silva, Fernando Teixeira Luiz, Joyce Aparecida Pupin, Maria Cristina Tonin, Regimar Duarte Caldas Junior

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

REPRESENTANTE DA UNIMED: Felipe Atílio

PROFESSOR ORIENTADOR: Hariel Pinto Vieira

RESUMO: O artigo, cuja pesquisa foi realizada com análise dos dados fornecidos pela Unimed Santa Bárbara D'oeste e Americana Cooperativa de Trabalho, tem por objetivo principal conhecer e observar o desenvolvimento de projetos sociais na área médica. Essa Cooperativa busca a mescla de estratégias de responsabilidade social e filantropia, com o intuito de promover e contribuir de forma social, educacional e também de saúde, àqueles que vivem em condições mais difíceis, informação e acesso às instituições como um todo evitando a segregação e marginalização social.

PALAVRAS-CHAVE: Cooperativa Médica; Projetos; Estratégias

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: COMPORTAMENTO FRENTE A DEMISSÕES

TÍTULO: DEMISSÕES – UMA VISÃO ALÉM DOS CUSTOS

AUTORES: Agnaldo José Padoveis, Antonio Marcelo dos Santos Ferreira, Cristian Rogério Assolini, Fábio Wiesel

ADMINISTRAÇÃO: 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: João Carlos Caselli Messias

RESUMO: Este artigo tem o propósito de contribuir para uma maior reflexão sobre a responsabilidade social das empresas com o público interno, principalmente em situações de crise, como as demissões.

PALAVRAS-CHAVE: Organizações; Demissão; Público Interno

ÁREA: COMUNIDADE

TEMA: INICIATIVAS PARA REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS

TÍTULO: CATERPILLAR: INICIATIVAS PARA REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS

AUTORES: Andíara da Silva Pizzol, Cristiane Aparecida Dias, Karina Barros de Souza

ADMINISTRAÇÃO: 4º B

PROFESSORA ORIENTADORA: Luciana Teles

RESUMO: Este artigo trata das iniciativas corporativas para a redução das desigualdades sociais da comunidade por meio de ações sociais como o Projeto Pequeno Cidadão aqui apresentado.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento; Cidadania; Inclusão Social

ÁREA: COMUNIDADE

TEMA: INICIATIVAS PARA A REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS

TÍTULO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA

AUTORES: Aguinaldo Alves de Souza, Josiane Helen dos Santos Amaral, Maiko Leandro Vitorino, Rosemary Moscon

ADMINISTRAÇÃO: 4º C**PROFESSOR-ORIENTADOR: Valdir Menutole**

RESUMO: A responsabilidade social tornou-se um relevante fator para a formação do diferencial competitivo das organizações. Diante desta realidade, a universidade tem um papel preponderante na formação de profissionais comprometidos com o bem estar social, visto que, não basta contentar-se somente com a formação de seres ouvintes, mas profissionais envolvidos tanto com a organização, quanto com o seu papel junto a sociedade. Fundamentado nos valores Salesianos e aliado a prática do bem comum, o projeto de Capacitação e Implementação de Gestão para Entidades Sociais desenvolvido pela AD&CONT Júnior Unisal, em parceria com o Centro Universitário Salesiano de São Paulo - Unisal e a Transportadora Americana proporciona aos universitários a oportunidade da prática de responsabilidade social atrelada ao aperfeiçoamento profissional.

PALAVRAS CHAVE: Capacitação; Profissionalismo; Valorização

LOCAL: Sala 03

DIA: Sexta-feira – 06/10/2006 – 19h30 às 20h45

MODERADOR: Sergio Luiz Cabrini

DEBATEDORA: Nancy Tereza Horschutz

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: CUIDADO COM A SAÚDE, A SEGURANÇA E AS CONDIÇÕES DE TRABALHO

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL E O CUIDADO COM A SAÚDE, A SEGURANÇA E AS CONDIÇÕES DE TRABALHO – UMA PARCERIA PARA ALCANÇAR O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA SOCIEDADE

AUTORES: Ana Carolina Moreira da Silva, Josiani Aparecida Perozin, Kátia Cristina Talasso, Marlene de Souza Araújo, Norma Susana Balaguer, Talita Pereira Queiroz

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

PROFESSOR ORIENTADOR: Carlos Augusto Amaral Moreira

RESUMO: O artigo abordará a questão da Responsabilidade Social com foco no público interno, demonstrando a importância dos sistemas de gerenciamento de cuidados com a saúde, a segurança e as condições de trabalho adotados pelas organizações e como eles podem ser aplicados em benefício de seus colaboradores com a finalidade de promover uma qualidade de vida melhor através da conscientização e do desenvolvimento sustentável da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Comprometimento; Conscientização; Transformação

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: CUIDADO COM A SAÚDE, A SEGURANÇA E AS CONDIÇÕES DE TRABALHO

TÍTULO: SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

AUTORES: Daiany Angelo Santinati, Eliane Fernandes Pereira, Ivani Aparecida de Oliveira Mosna, Marcos Antônio Sabino Santinati, Maria Aparecida da Silva

ADMINISTRAÇÃO: 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: O artigo apresentado tem como objetivo informar o que é responsabilidade social com foco na conscientização da organização e seus funcionários quanto à importância da preservação do meio ambiente, saúde, segurança e condições no trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: Competência; Conscientização; Colaboradores

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: COMPROMISSO COM O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL E EMPREGABILIDADE

TÍTULO: SABESP – POTENCIALIZAR O SER HUMANO

AUTORES: Bruna Santos Cunha, Cristiane Guerra dos Santos, Luiz Henrique Guzman, Tatiane Cristina Dias Leite

ADMINISTRAÇÃO 4º B

REPRESENTANTE DA SABESP: Bruna Santos Cunha

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: Este artigo visa abordar que o público interno é de vital importância para a empresa. Ser socialmente responsável com o público interno envolve níveis que vão além dos estabelecidos nas legislações. Pressupõe um comportamento ético existente no comportamento das empresas ao lidar no dia-a-dia com seus recursos humanos e que engloba e ultrapassa os limites das leis. Para ilustrar tal procedimento, apresentaremos as atividades sociais da empresa Sabesp em relação ao seu público interno, demonstrando suas preocupações e ações em relação a ele, bem como alguns dos projetos implantados na empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Conhecimento; Ética; Bem-estar social

ÁREA: PÚBLICO INTERNO

TEMA: COMPORTAMENTO FRENTE A DEMISSÕES

TÍTULO: COMPORTAMENTO FRENTE A DEMISSÕES

AUTORES: Aline Cristina Teroço, Jeane Saulino, Juliana Riami Meneghel, Leonildo Aluísio dos Santos, Natalia Andretta

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Moacir Pereira

RESUMO: Este artigo visa buscar e analisar meios de proporcionar condições adequadas para redirecionar a vida profissional de empregados demitidos.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Demissão; Recolocação

LOCAL: Sala 06

DIA: Sexta-feira – 06/10/2006 – 19h30 às 20h45

MODERADOR: Sérgio Rangel Figueira

DEBATEDOR: Flávio César Rossi

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: EDUCAÇÃO AMBIENTAL

TÍTULO: VOCÊ CONHECE O AMBIENTE EM QUE VIVE?

AUTORES: Douglas Burger, Leigon Roberto de Andrade, Mauro Pinese Junior, Rogério dos Reis

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

PROFESSOR ORIENTADOR: Daner Hornich

RESUMO: Este artigo trata de uma temática da atualidade: a degradação do meio ambiente e o papel da sociedade, principalmente das empresas, para mudar o meio em que vivemos, e do qual necessitamos. É o homem que vem destruindo o meio ambiente, e só ele mesmo pode reverter esta situação, desde que exista uma conscientização geral da sociedade. Portanto, tratar deste assunto o quanto antes é mais do que um dever, é uma obrigação.

PALAVRAS-CHAVE: Comprometimento; Conscientização; Respeito

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: RECICLAGEM

TÍTULO: RECICLAGEM COM RESPONSABILIDADE

AUTORES: Camila da Paixão Bianchini, Cíntia Helena de Toledo, Fabrício Alberto de Oliveira, Tânia Cristina Jacomini, Vilter Aparecido de Oliveira

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Nancy Tereza Horschütz

RESUMO: Este artigo aborda o grande desafio para a humanidade: a preservação do meio ambiente. A preocupação com esse tema faz com que a população e as empresas busquem formas para minimizar os impactos gerados pelas ações degradantes do homem ao meio ambiente. Uma dessas formas é a reciclagem.

PALAVRAS-CHAVE: Reciclagem; Resíduos; Recursos Naturais.

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: COMPENSAÇÃO DA NATUREZA PELOS IMPACTOS AMBIENTAIS E USO DE RECURSOS

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL NA REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS INDUSTRIAIS

AUTORES: Daiane Helena Gomes, Márcia Possobon, Mariangela Brugnerotto

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSOR ORIENTADOR: Sérgio Luiz Cabrini

RESUMO: Este artigo aborda a relação de uma empresa multinacional do ramo químico, a 3M* do Brasil, com o meio em que está inserida. No processo de fabricação são utilizados vários insumos altamente poluidores, que geram grandes impactos ambientais negativos, afetando a qualidade do ar e da água, em especial a do Ribeirão Quilombo que recebe todos os efluentes. Com a criação de programas sociais visando a retomada da competitividade no mercado, reduziu a captação de água, diminuiu a emissão de gases poluentes, reforçando a imagem de empresa socialmente responsável, preocupada com o meio ambiente.

* 3M – Minnesota Mining and Manufacturing

PALAVRAS-CHAVE: Prevenção; Recursos Naturais; Proteção Ambiental

SEXTA-FEIRA**06/10/2006 das 21h15 às 22h30****Curso de Administração / Curso de Ciências Contábeis****LOCAL:** Sala 01**DIA:** Sexta-feira – 06/10/2006 – 21h00 às 22h30**MODERADOR:** Sérgio Rangel Figueira**DEBATEDORA:** Nancy Tereza Horschutz**ÁREA:** VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA**TEMA:** BALANÇO SOCIAL**TÍTULO:** BALANÇO SOCIAL: A ÉTICA E A ESTRATÉGIA DAS ORGANIZAÇÕES**AUTORES:** Adriana Gisele da Silva Bueno, Andreia Graziela da Silva Casteletti, Carina Chiqueto, Dayana Cristina Torres, Michelle da Silva**CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano****PROFESSORA ORIENTADORA:** Vânia Cristiane Sula de Oliveira

RESUMO: O presente trabalho tem por objetivo elencar um conjunto de ações potencialmente capazes de representar um cenário de gestão classificado como socialmente responsável, ou seja, a responsabilidade social das empresas, abordando o balanço social e sua utilização na estratégia das organizações, bem como as tomadas de decisões e transparência no desempenho organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia; Diferencial Competitivo; Mudança de Comportamento

ÁREA: COMUNIDADE**TEMA:** ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO NA ÁREA SOCIAL**TÍTULO:** CPFL X MEIO AMBIENTE: UM ESTUDO DE CASO**AUTORES:** Cristiane Batistela, Daniel Leoni, Ludmila Barrios de Campos, Maria Luciene Aizza, Rafael Antonio da Silva**ADMINISTRAÇÃO 4º A****PROFESSOR ORIENTADOR:** Flávio César Rossi

RESUMO: O presente artigo visa, por meio de um estudo de caso, identificar ações na prática destinadas à comunidade e espera-se, com esse projeto, contribuir para a comunidade científica, levantando iniciativas voltadas a lacunas negligenciadas pelo poder público. É inegável que o grau de exigência do consumidor tem aumentado consideravelmente. Tal situação exige por parte das empresas uma visão que possa ser transmitida em suas ações de gestão. Essas ações são extremamente valorizadas pelas comunidades quando estendidas à atividades sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor; Empresas; Ações de gestão

ÁREA: COMUNICAÇÃO**TEMA: MARKETING DE CAUSAS SOCIAIS****TÍTULO: REALIDADE, “MODISMO” OU APELO DE COMUNICAÇÃO****AUTORES: Alcione Ferreira da Silva, Christiane Covolan, Giseli de Paula Modesto, Maisa Paula Santarosa****ADMINISTRAÇÃO 4º B****REPRESENTANTE DA EMPRESA COVOLAN INDÚSTRIA TÊXTIL: Rafael Covolan****PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi****RESUMO:** A prática do Marketing de Causas Sociais pelas empresas privadas é uma realidade, um “modismo” ou puramente um apelo de comunicação (propaganda)?

Através do estudo de caso, nosso objetivo é mostrar que, em meio às precariedades de recursos básicos para sobrevivência, as empresas privadas tendem a suprir essas deficiências com ações de Responsabilidade Social como a da Covolan Indústria Têxtil, ações essas que não teriam necessidades se o poder público desempenhasse seu papel. A Covolan desenvolve uma parceria com a ONG Florescer, ligada a atividades que estimulam e auxiliam no desenvolvimento das habilidades das pessoas da comunidade onde a ONG está instalada.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing de Causas Sociais; Modismo; Precariedade**ÁREA: GOVERNO E SOCIEDADE****TEMA: PRÁTICAS ANTICORRUPÇÃO E ANTIPROPINA****TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO SOCIAL NO COMBATE À CORRUPÇÃO****AUTORES: Carlos Alexandre de Campos, Wender Fernandes Pereira****ADMINISTRAÇÃO 4º C****PROFESSOR ORIENTADOR: Darcio José Novo****RESUMO:** Este artigo é resultado de um trabalho de pesquisa teórico-exploratória, baseado em artigos, livros e sites na internet relacionados com o tema corrupção, suas particularidades, formas de combate e ações sociais recentes. Com base nos resultado da pesquisa pôde-se constatar que a corrupção há muito tempo vem causando prejuízos para toda a sociedade, em particular no Brasil, envolvendo instituições públicas municipais, estaduais e federais, além de órgãos de controle administrativo-financeiro, criados para fiscalizar a máquina estatal, mas que constantemente são alvo de denúncias e processos. Concluiu-se que, apesar de estarem previstas na Constituição Federal de 1988, as normas que coíbem as práticas anticorrupção e antipropina não tem se demonstrado eficazes no combate aos constantes assaltos aos cofres públicos. Somente a participação social, com a constante vigilância das finanças públicas e das práticas administrativas de seus representantes, é que poderá, ao menos, reduzir a patamares controláveis a corrupção que se perpetua em nosso país.**PALAVRAS-CHAVE:** Corrupção; Participação Social; Controles**LOCAL: Sala 02****DIA: Sexta-feira – 06/10/2006 – 21h00 às 22h30**

MODERADORA: Valéria de Carvalho

DEBATEDOR: Geraldo Vitório Biaggi

ÁREA: VALORES, TRANSPARÊNCIAS E GOVERNANÇA CORPORATIVA

TEMA: ASSÉDIO MORAL

TÍTULO: ASSÉDIO MORAL E SUA INFLUÊNCIA NO AMBIENTE DE TRABALHO

AUTORES: Érica Cristina Teixeira Lopes, Leonardo David Trinca Juliani, Renato Cadette da Silva, Uismara Oliveira Cardoso

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

PROFESSOR ORIENTADOR: José Antônio Padoveze

RESUMO: Tudo o que você faz, em ambiente de trabalho ou na coletividade social, pode influenciar de forma positiva ou negativa. Contudo quando de forma negativa, existem vários reflexos a serem observados de forma fundamental, para que você possa ter uma empresa saudável e fora dela, ser uma pessoa não alienada aos desmandos do cotidiano. Nestes termos, fica evidente que saber identificar, diagnosticar e acima de tudo, maIs do que não ser vitima, deve-se evitar de ser praticante deste mal que há muito tempo nos aflige sem notarmos.

PALAVRAS-CHAVE: Psicológico; Moral; Submissão

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: MINIMIZAÇÃO DE ENTRADAS E SAÍDAS DO PROCESSO PRODUTIVO

TÍTULO: ESTUDO DE CASO: EMPRESA NUTRIN

AUTORES: André Rodrigues de Souza, Fabrício Monteiro Lemes, Jocieli Daliane Trevizan Cajuella, Newton Borsatto, Virgínia Vezzani

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

RESUMO: Este artigo aborda para que a Responsabilidade Social não seja vista apenas como moda ou algo momentâneo, nem como instrumento de marketing com o único objetivo de manter clientes e conquistar novos clientes por seu uso. Que ela possa ser uma ação de responsabilidade continuada e transparente cada dia mais útil, não somente aos gestores e administradores, mas aos funcionários, à suas famílias, a toda sociedade; seja em termos culturais, educacionais, de saúde, entre muitos outros que possam fazer de nosso país, estado ou cidade, um lugar cada dia melhor para se viver.

PALAVRAS-CHAVE: Respeito; Desrespeito; Marketing

ÁREA: VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA

TEMA: RELAÇÕES COM A CONCORRÊNCIA

TÍTULO: RELAÇÃO COM A CONCORRÊNCIA

AUTORES: Carlos Eduardo Correa Fioque, Julio César Colombo, Marcelo Marqui Dadario, Mateus Eduardo Minani, Paulo Covolan Lui

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSOR ORIENTADOR: Celso Otávio Gaseta

RESUMO: Com uma batalha em busca de sua fatia de mercado, as relações entre os concorrentes se tornam cada vez mais agressivas, mas se olhassem a concorrência com outros olhos, não enxergando o concorrente como um inimigo, mas sim como um parceiro, podendo-se trocar experiências a favor da continuidade do mercado e garantir o bem estar da sociedade como um todo.

PALAVRAS-CHAVE: Natureza; Ética; Concorrência

ÁREA: COMUNICAÇÃO

TEMA: MARKETING DE CAUSAS SOCIAIS

TÍTULO: MARKETING DE CAUSAS SOCIAIS: QUEM É O MAIOR BENEFICIADO?

AUTORES: Aline Menozi; Ana Paula Reissler Rocha; Cleber Alves; Patrícia Pereira da Silva

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi

RESUMO: O objetivo desse artigo é colocar os leitores frente à questão da viabilidade de vincular a marca de uma empresa a uma causa social. No contexto geral são citados os benefícios gerados para ambos os lados (sociedade x empresa) e alguns exemplos de empresas que se utilizam dessa prática. Cabe ao leitor analisar se essa relação ganha-ganha é realmente válida para todos os envolvidos no processo.

PALAVRAS-CHAVE: Causas sociais; Comunidade; Projetos sociais

LOCAL: Sala 03

DIA: Sexta-feira – 06/10/2006 – 21h00 às 22h30

MODERADOR: Jarbas Martins

DEBATEDORES: Flávio César Rossi, Marcelo Prado Ferrari Manzano

ÁREA: VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA

TEMA: BALANÇO SOCIAL

TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DO BALANÇO SOCIAL PARA AS EMPRESAS

AUTORES: Anaqueilla Cassiany dos Santos Colabello, Cláudia Helena Luchete Leme, Kelly Cristina Alves Costa, Mayara Gasparote, Susan Larissa Vieira, Tatiana Roza dos Santos

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

PROFESSOR ORIENTADOR: José Carlos Pantaroto

RESUMO: Este artigo trabalha com o conceito de Responsabilidade Social, dando ênfase à importância do Balanço Social para as empresas. Através de uma pesquisa de campo, identificamos as ações de Responsabilidade Social praticadas pela Unimed de Santa Bárbara d'Oeste e Americana Cooperativa de Trabalho Médico, e maneira como essas ações são demonstradas no Balanço Social elaborado por ela.

PALAVRAS-CHAVE: Compromisso; Desenvolvimento; Transparência

ÁREA: GESTÃO ESTRATÉGICA**TEMA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E RESPONSABILIDADE SOCIAL****TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: O IMPACTO NA FORMAÇÃO DE ESTRATÉGIAS****AUTORES: Débora Aparecida Barbosa, Marisa Boneto dos Santos, Marli Aguiar Ferreira, Viviane Crevelari do Prado****ADMINISTRAÇÃO 4º A****PROFESSOR ORIENTADOR: Jarbas Martins**

RESUMO: Atualmente, as organizações visam suas atenções no ambiente interno e nas funções cotidianas da empresa, como abranger a totalidade da administração, ou seja, a correlação e posicionamento da empresa diante da sociedade, numa tentativa de fundir a ética social com a prática da administração científica. Sem uma sociedade estável, as empresas não estarão em condições de adotar estratégias lucrativas, uma vez que não poderão fabricar ou vender seus produtos. As corporações talvez tenham de designar uma parcela significativa de seus recursos para a gestão de crises e riscos. Embora as corporações comecem com esta meta, em breve percebem que precisam equilibrar essa estratégia com outra que limite a dependência delas por parte da sociedade tocante ao bem-estar onde o governo não possa atuar ou não atue. Os programas corporativos bem-sucedidos devem promover a participação da comunidade local para limitar a dependência e promover o conceito de desenvolvimento de auto-ajuda.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia; Planejamento; Organizações**ÁREA: CONSUMIDORES****TEMA: INCENTIVO AO CONSUMO CONSCIENTE****TÍTULO: A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO NO INCENTIVO AO CONSUMO CONSCIENTE****AUTORES: Débora Cristiane Brás, José Geraldo dos Santos, Raquel Cristina Machado, Sheila Diniz Gava****ADMINISTRAÇÃO 4º B****PROFESSOR ORIENTADOR: Flávio César Rossi**

RESUMO: O artigo em questão destaca e analisa o modo como o consumidor comum poderá proceder para contribuir com o meio ambiente, tornando-se um consumidor consciente. Aborda também as atitudes que as empresas poderão adotar para incentivar a melhor maneira de se fazer consumo consciente, contribuindo assim para se evitar maiores danos à natureza. Além de destacar algumas qualidades que um consumidor consciente deve ter neste novo processo de valorização do meio ambiente, afinal é público e notório que o consumismo já atingiu um nível absurdo de voracidade.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor; Empresa; Meio ambiente**ÁREA: CONSUMIDORES****TEMA: EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO****TÍTULO: ALÉM DO CONCERTO - A RESPONSABILIDADE DA D'PASCHOAL**

AUTORES: Eduardo Luís Alniezi, Fábio Rogério Nicoleti, Hilton Rogério Ceccacci, José Antonio de Godois

ADMINISTRAÇÃO 4º C

PROFESSORA ORIENTADORA: Regina Aparecida Penachione

RESUMO: Este artigo trata das atividades pertinentes à Responsabilidade Social desenvolvidas pela DPaschoal. Visando alcançar seus clientes e consumidores por meio de projetos que beneficiam as partes, desenvolvendo programas que atendam suas necessidades e possam efetivamente sanar as dificuldades e assim contribuir para um atendimento de qualidade, considerando sua atuação no desenvolvimento social da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento; Qualidade; Inclusão Social

LOCAL: Sala 06

DIA: Sexta-feira – 06/10/2006 – 21h00 às 22h30

MODERADOR: Jaime Augusto de Campos

DEBATEDOR: Sergio Luiz Cabrini

ÁREA: MEIO AMBIENTE

TEMA: COMPENSAÇÃO DA NATUREZA PELOS IMPACTOS AMBIENTAIS E USO DE RECURSOS

TÍTULO: PLANETA SUSTENTÁVEL

AUTORES: Ana Carolina Barbosa Rodrigues, Ana Paula Vieira, Juliana Barbosa Novaes, Rodrigo Afferi Pereira, Taciana dos Santos

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

PROFESSOR ORIENTADOR: Hariel Pinto Vieira

RESUMO: O desenvolvimento humano desencadeou uma série de anomalias aos recursos naturais do planeta, criando uma série de fatores que podem resultar num colapso global inimaginável. O desenvolvimento de novas técnicas de exploração e desenvolvimento com estratégias preservacionistas vêm se tornando cada vez mais comum e altamente necessário para que a evolução não seja interrompida de forma abrupta, tanto para o planeta, como para as suas diversas espécies, inclusive a humana.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Desenvolvimento Sustentável; Educação Ambiental

ÁREA: COMUNIDADE

TEMA: INICIATIVAS PARA REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS

TÍTULO: INICIATIVAS PARA REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS E O INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

AUTORES: Andréia Cardoso de Oliveira, Arnaldo M. Margatto Junior, Bruna da Silva Peres, Clebson Rodrigo Ferreira Matos, Natalino Ripper, Sarah Miranda Pedroza

CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2º ano

PROFESSOR ORIENTADOR: José Eduardo de Salles Roselino Júnior

RESUMO: Diante das riquezas que acumulam e a capacidade de concentrar capital, as organizações empresariais trazem para si a capacidade de mudar e melhorar o ambiente social. A maximização de dividendos dos acionistas ainda é um dos objetivos, mas outros valores passam a fazer parte desses objetivos, como a Responsabilidade Social.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia; Sustentabilidade; Comunidade

ÁREA: GESTÃO ESTRATÉGICA

TEMA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

AUTORES: Alessandro José Campos, Dirceu Manoel Pereira Júnior, Felipe Henrique Destefani, José Rodrigues Júnior, Renato Veiga Soares

ADMINISTRAÇÃO 4º A

PROFESSORA ORIENTADORA: Nancy Tereza Horschütz

RESUMO: Nos tempos atuais percebe-se, no âmbito das organizações, a importância da realização de ações de responsabilidade social. Essas ações demonstram a preocupação com as mudanças no ambiente de negócios, assim como o desenvolvimento das comunidades e a melhoria da qualidade de vida de seus integrantes por parte das empresas. A responsabilidade social é prática exigida pelo mercado e pela sociedade atualmente, necessitando que estas práticas façam parte do planejamento estratégico das empresas e tornando-se, portanto, fundamental para a competitividade das organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Empresa; Estratégia; Sociedade

ÁREA: VALORES, TRANSPARÊNCIAS E GOVERNANÇA CORPORATIVA.

TEMA: ASSÉDIO MORAL

TÍTULO: ASSÉDIO MORAL NO TRABALHO

AUTORES: Carla Rogéria Teixeira, Cristiane Ribeiro de Faria, Elisana Alessandra Fernandes Zaghetto, Fábio Martins

ADMINISTRAÇÃO 4º B

PROFESSORA ORIENTADORA: Regina Aparecida Penachione

RESUMO: Abordaremos o assédio moral no trabalho, presente, muitas vezes, de forma imperceptível no ambiente organizacional. O assédio moral é um tipo de violência que expõe as pessoas a situações ofensivas e humilhantes. De modo lento, porém progressivo, o assédio moral vai se traduzindo em sofrimento, baixa auto-estima e produtividade.

PALAVRAS-CHAVE: Discriminação; Violência no trabalho; Conflitos

CRONOGRAMA

DIA 2 DE OUTUBRO – SEGUNDA-FEIRA - MATUTINO – 8h30

MESA REDONDA SOBRE O TEMA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Objetivo: Debate sobre Responsabilidade Social no que se refere a empresa privada, o poder público e a área acadêmica

Participantes:

Prof. Dr. Luís Antônio Groppo

Professor do programa de Mestrado em Educação Social e de vários cursos de graduação no Centro Universitário Salesiano de São Paulo. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas.

Dr. Rodrigo Augusto de Oliveira

5º Promotor de Justiça de Americana com atribuições nas áreas da Infância e da Juventude e Cível. Especialista em Direito Processual Civil pela Puc-Campinas e Mestre em Direito Penal pela Unimep. Autor do Livro: O adolescente Infrator em face da doutrina da proteção integral, publicado pela Editora Fiúza. Exerce atividades de Magistério, além de proferir palestras e conferências no meio acadêmico e social sobre Direitos Difusos e Coletivos e Direito da Infância e da Juventude.

Dr. André Roberto Cillo

Advogado, Contabilista, Coordenador do Curso de Ciências Contábeis e Professor do Centro Unisal

Sr. Edson Almeida - Goodyear

Gerente de Recursos Humanos

Mediador: Prof. Fábio Camilo Biscalchin

Professor do Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Unidade Americana. Mestrando em Educação pela UNIMEP.

DIA 2 DE OUTUBRO – SEGUNDA-FEIRA - NOTURNO – 19h30

MESA REDONDA SOBRE O TEMA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Objetivo: Debate sobre Responsabilidade Social no que se refere a empresa privada, o poder público e a área acadêmica

Participantes:

Prof. Dr. Luís Antônio Groppo

Professor do programa de Mestrado em Educação Social e de vários cursos de graduação no Centro Universitário Salesiano de São Paulo. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas.

Dr. Rodrigo Augusto de Oliveira - Promotor Público

5º Promotor de Justiça de Americana com atribuições nas áreas da Infância e da Juventude e Cível. Especialista em Direito Processual Civil pela Puc-Campinas e Mestre em Direito Penal pela Unimep.

Autor do Livro: O adolescente Infrator em face da doutrina da proteção integral, publicado pela Editora Fiúza. Exerce atividades de Magistério, além de proferir palestras e conferências no meio acadêmico e social sobre Direitos Difusos e Coletivos e Direito da Infância e da Juventude.

Dr. André Luís Romi - Indústrias Romi S.A

Graduado em Direito e Administração de Empresas, atua como Gerente de Relações Institucionais das Indústrias Romi S.A (www.romi.com.br) e como Presidente da Fundação Romi (www.fundacaoromi.org.br), entidade filantrópica sem fins lucrativos, mantida por Indústrias Romi S.A e desenvolve projetos nas áreas de cultura e educação, abertos integralmente à comunidade. Participa, dentre outras organizações e projetos sociais, do DESS – Instituto para o Desenvolvimento do Empreendimento Social Sustentável, como membro do Conselho Gestor, da ABIMAQ – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, como um dos Vice-Presidentes e do CONEX – Conselho Consultivo do Setor Privado da CAMEX – Câmara de Comércio Exterior, órgão ligado ao MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Dr. André Roberto Cillo

Advogado, Contabilista, Coordenador do Curso de Ciências Contábeis e Professor do Centro Unisal

Mediador: Prof. Fábio Camilo Biscalchin

Professor do Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Unidade Americana. Mestrando em Educação pela UNIMEP.

DIA 3 DE OUTUBRO – TERÇA-FEIRA - DIURNO – 8h30

Apresentação dos artigos produzidos pelos alunos do 4º Matutino.

DIA 3 DE OUTUBRO – TERÇA-FEIRA - NOTURNO – 19h30

Apresentador: Dr. Dárcio José Novo

Palestra com o Dr. Wilson R. Gonzaga da Costa

Médico, psiquiatra, psicoterapeuta, conferencista, consultor na área de desenvolvimento do seu humano. Diretor do Instituto Hermes de Transformação Humana.

www.institutohermes.com.br

TEMA: Os quatro elementos e a Natureza Humana

DIA 4 DE OUTUBRO – QUARTA-FEIRA - NOTURNO – 19h30

Apresentação do tema Responsabilidade Social e as atividades exercidas pelas empresas da região. Empresas participantes:

TETRA PAK

Tema: Compromisso Ambiental da Tetra Pak

Palestrante: Sra. Juliana Seidel, Especialista em Meio Ambiente

3M DO BRASIL

Tema: 3M - Responsabilidade Social e o Instituto de Inovação Social 3M

Palestrantes: Aber da Silva, Carmella Carvalho e Gustavo Lima

CATERPILLAR

Tema: Responsabilidade Social focada na Sustentabilidade

Palestrantes: Sra. Rosa Morais, Assessora da Divisão Governamentais e Institucionais da Caterpillar

GOODYEAR

Tema: As ações da Goodyear na Área de Responsabilidade Social

Palestrante: Sr. Edson de Almeida, Gerente de Recursos Humanos

FUNDAÇÃO ROMI

Tema: Investimento Social e suas ações na comunidade

Palestrante: Sr. Vainer João Penatti

VIVAX

Tema: Histórico sobre a Horizon e Vivax na área de Responsabilidade Social dentro dos itens/parâmetros do Instituto Ethos

Palestrante: Sr. Antônio Tupy, Diretor de Recursos Humanos

CARGILL

Tema: A dicotomia entre a geração de valor do agribusiness brasileiro Programa de "grão em grão"

Palestrante: Eng. João Clemente Junior, Engenheiro Agrônomo da Fundação Cargill

UNISAL - EMPRESA JR.

Tema: Responsabilidade Social e o Voluntariado

Palestrante: Prof. Valdir Menutole

RIPASA

Tema: Projeto Escola FORMARI: Desenvolvimento de Portencialidades de Jovens de Comunidade de Baixa renda

Palestrante: Luciana Bueno

TRANSPORTADORA AMERICANA

Tema: Gestão da Responsabilidade Social Corporativa - CASE TA

Palestrante: Izabel Cristina Marques, Supervisora de Responsabilidade Social

DIA 5 DE OUTUBRO – QUINTA-FEIRA - NOTURNO – 19h30

Apresentação dos artigos elaborados pelos alunos de Administração – 4º ano; Ciências Contábeis – 2º ano e Comunicação Social – 2º ano.

DIA 6 DE OUTUBRO – SEXTA-FEIRA - NOTURNO – 19h30

Apresentação dos artigos elaborados pelos alunos de Administração – 4º ano; Ciências Contábeis – 2º ano.

