

Responsabilidade Social Reckitt Benckiser

Preparado por Viviane Riegel da ESPM-SP¹.

Agosto/2014

¹ Este caso foi escrito inteiramente a partir de informações cedidas pela empresa e outras fontes mencionadas no tópico "Referências". Não é intenção da autora avaliar ou julgar o movimento estratégico da empresa em questão. Este texto é destinado exclusivamente ao estudo e à discussão acadêmica, sendo vedada a sua utilização ou reprodução em qualquer outra forma. A violação aos direitos autorais sujeitará o infrator às penalidades da Lei. Direitos Reservados ESPM.

Responsabilidade Social

O crescimento da consciência pública acerca do papel que as empresas possuem na sociedade tem feito com que o setor empresarial seja cada vez mais cobrado por assumir responsabilidades. Uma nova ordem social demanda que este setor incorpore a suas práticas de negócio compromissos de curto, médio e longo prazos, balanceando seus desempenhos econômico, social e ambiental (conhecidos como Triple Bottom Line).

Essas responsabilidades têm como resultado o desenvolvimento da Responsabilidade Social Empresarial, que, segundo o Instituto Ethos, é uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Ser socialmente responsável, portanto, requer das empresas uma postura de respeito às questões sociais, econômicas e ambientais, buscando adotar tecnologias mais limpas no processo de fabricação e incorporar o conceito de desenvolvimento sustentável a partir da etapa inicial do projeto do produto, além de selecionar fornecedores e clientes, utilizando critérios éticos e de respeito aos conceitos preconizados por normas e diretrizes internacionais (Direitos Humanos, Global Compact).

Especificamente em relação às questões sociais, as empresas, que buscam manter relacionamentos equilibrados com os seus vários públicos relevantes, definem atitudes e comportamentos em face das exigências e das necessidades que estão presentes na sociedade. A ação social das empresas corresponde apenas a uma das dimensões da Responsabilidade Social Empresarial, preocupando-se diretamente com um dos seus públicos relevantes – a comunidade. A ação social das empresas pode ocorrer tanto por meio do investimento social privado, quanto pela via do estímulo ao voluntariado.

Para compreender o desenvolvimento das ações sociais dentro de uma empresa, esse caso tem como objetivo apresentar a aplicação dos valores corporativos da Reckitt Benckiser no projeto Global Challenge, feito em parceria com a Save the Children, globalmente, e com a Fundação Abrinq, no Brasil.

Valores corporativos Reckitt Benckiser

A Reckitt Benckiser é uma empresa inglesa, resultado da união de duas empresas, a Reckitt & Colman e a Benckiser (em 1999). Ocupa a liderança mundial no mercado de produtos de limpeza para o lar, assim como possui grande representatividade como produtora de produtos de cuidados pessoais e com a saúde. A visão da empresa é de um mundo em que as pessoas são mais saudáveis e vivem melhor. Para isso, tem como objetivo fazer a diferença, dando às pessoas soluções inovadoras para uma vida mais saudável, com lares mais felizes.

Os principais valores da corporação são Empreendedorismo, Conquista, Senso de Propriedade e Espírito de Equipe. Esses valores são traduzidos pela Reckitt Benckiser da seguinte forma:



Empreendedorismo: Nós estimulamos o pensamento arrojado, iniciativa e foco comercial. Permitimos que ideias inovadoras prosperem. Valorizamos a energia que as pessoas empregam em transformar ideias em realidade. Nós assumimos riscos calculados, equilibrando as necessidades do negócio com as necessidades das pessoas.

Conquista: Conquista nos faz o que somos. Nós não apenas miramos alto, mas buscamos sempre nos superar. Reconhecemos nossos times por suas conquistas. Nós os encorajamos a se superarem em tudo o que fazem, sejam produtos, lucro ou Responsabilidade Social.

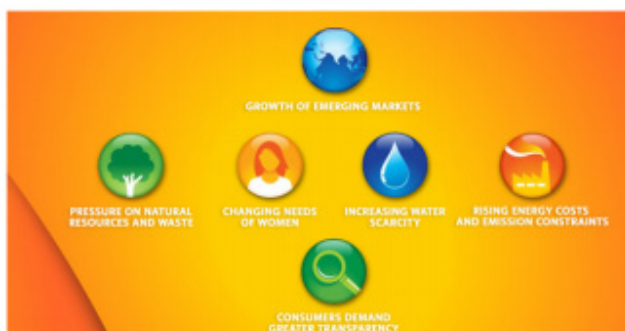
Senso de Propriedade: Assumimos a responsabilidade e a iniciativa de fazer o que é necessário para o negócio e também por desenvolver e engajar nossos times. Atraímos pessoas com esse sentimento de propriedade. Somos rigorosos ao seguir os poucos, mas necessários, procedimentos e regras que possuímos. Acima de tudo, damos às pessoas o espaço para trabalharem no que desejam, com direcionamento para que sejam bem-sucedidas.

Espírito de Equipe: Nós criamos o sucesso juntos. Individualmente, gostamos de vencer e somos bem-sucedidos, rapidamente combinamos nossos pontos fortes quando precisamos trabalhar em equipe, unidos por princípios e atitudes comuns. Tratamos uns aos outros e as nossas diferenças com muito respeito, compartilhando ideias, fracassos e sucessos

A partir da visão e do objetivo da empresa, é possível compreender a preocupação social que ela demonstra, considerando sua atuação, tanto como fornecedora de produtos de cuidados com a saúde, de higiene e limpeza do lar, quanto como indústria com responsabilidade sobre seu negócio e seus processos. Para atingir seus objetivos, a organização incorpora em seus valores questões relevantes para seus resultados lucrativos, juntamente com a incorporação de seus colaboradores e de seus consumidores. Além disso, através de suas realizações e de sua responsabilidade, assume seu papel diante da sociedade. Sendo assim, torna-se relevante conhecer os programas de Responsabilidade Social desenvolvidos pela Reckitt Benckiser ao longo dos últimos anos.

Responsabilidade Social e Reckitt Benckiser

A estratégia global de Responsabilidade Social Empresarial da Reckitt Benckiser é composta pelo foco no crescimento dos mercados emergentes, na pressão resultante do desperdício dos recursos naturais, nas necessidades das mulheres, na escassez de água, nos altos custos de energia e na demanda do consumidor por transparência. Portanto, estabelece sua política de inovação sustentável, com produtos que têm soluções para a escassez de recursos, falta de água e altos custos de energia. Busca compreender melhor as necessidades das mulheres, porque elas são fundamentais para o propósito da empresa de uma vida mais saudável e de lares mais felizes, e são a maioria dos consumidores dos seus produtos.



betterbusiness

Better Business é o nome da estratégia de Responsabilidade Social Empresarial da Reckitt Benckiser, com objetivos funcionais de melhorar o projeto de seus produtos, melhorar a produção, melhorar a escolha dos processos e práticas da empresa.

Entre os diferentes projetos que englobam a estratégia, está o Healthier Kids, Happier World, construído em parceria com a Save the Children, uma organização social internacional que tem como objetivo salvar a vida de crianças no mundo todo. Esse projeto é um compromisso da empresa em criar melhorias a longo prazo na saúde e na higiene de crianças em situação vulnerável.



O apoio da Reckitt Benckiser à Save the Children ocorre desde 2003. Até o final de 2011, a empresa havia levantado 8 milhões de libras e a meta é tornar-se o maior parceiro da Save the Children mundial em 2014. Tanto no Brasil, como nos escritórios da empresa pelo mundo todo, funcionários e consumidores da Reckitt Benckiser se envolvem com esse projeto. Cada escritório da empresa possui uma meta de captação de recursos que deve alcançar – angariando fundos a partir do Global Challenge, levantados por funcionários.

Segundo Sandra Hennessy, Gerente de Comunicação e Negócios Corporativos da Reckitt Benckiser global, há três principais razões pelas quais a Reckitt Benckiser investe nessa parceria com a Save the Children: 1) por tratar-se de uma empresa global com escritórios ao redor do mundo, era necessário um parceiro que estivesse presente também em todos os pontos do globo, principalmente nos mercados onde a empresa atua; 2) os projetos da Save the Children têm muitas necessidades relacionadas à saúde e higiene das crianças, mercados de atuação da empresa; 3) ao longo dos anos houve apoio a programas de saúde e higiene em todo o mundo, e o objetivo é ter projetos em que a necessidade é grande e também em que os funcionários possam se sentir identificados com o trabalho que está sendo apoiado.

No Brasil, o investimento em projetos e programas relacionados à saúde e higiene também ocorre, e a parceria com a Save the Children também é um dos principais vínculos das ações sociais desenvolvidas. Abaixo, estão os principais projetos desenvolvidos pela empresa no País nos últimos três anos:

2009
Crianças com todos os seus direitos: iniciativa da Save the Children e parceiros cofinanciados pela Comissão Europeia e RB, entre outros doadores, em resposta às precárias condições de sobrevivência e desenvolvimento das crianças até 5 anos, na região do semiárido brasileiro.

2010
Livro Fundação Abrinq – Há 20 anos a voz das crianças no Brasil.
Crescendo com arte – Casa do Bom Menino de Arapongas: oficinas nas áreas de música, canto, coral, dança, capoeira e artes atendendo a um público de 340 alunos, adolescentes de 11 a 15 anos e estudantes da rede pública de ensino.
Campanha do SBP nas lojas do Carrefour de todo o Brasil em setembro: parte do valor das vendas dos inseticidas SBP foi revertida para projetos indicados pela Fundação Abrinq – Save the Children (Fundação Francisco Franco e Projeto LAR).
Resgate da convivência familiar comunitária: contribuir para que as crianças e adolescentes, que se encontravam em situação de risco social e pessoal e que, por este motivo, foram afastados de suas famílias, possam ter garantido seu direito à convivência familiar e comunitária, conforme preconiza o ECA no artigo 19. Por meio do FUMCAD (Fundo Municipal da Criança e do Adolescente).
Custeio do LAR: atender, integralmente, crianças e adolescentes em proteção social especial de alta complexidade, no regime da Casa-Lar, onde é realizado um trabalho de reeducação formal, respeitando sua individualidade, propiciando um desenvolvimento adequado para que no futuro se tomem cidadãos independentes. Por meio do FUNCAD (Fundação de Apoio a Criança e ao Adolescente).
Promovendo educação integral com saúde: melhoria na qualidade do atendimento a crianças e suas famílias, por meio de ações de prevenção e promoção da saúde. Por meio da FUMCAD.
2011
Tumpá – patrocínio ao grupo musical Barbatuques: despertar nas crianças a curiosidade como ouvinte e também a descoberta de seu próprio corpo como instrumento.
Rumo a Londres 2012 – patrocínio à velejadora brasileira que alcançou diversas conquistas, entre elas está a participação nas Olimpíadas de Atenas e o Bronze nos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro.

Além dessas doações realizadas, o Brasil também participa do maior projeto de arrecadação para a parceria com a Save the Children, o Global Challenge. Nesse caso, olharemos como esse projeto é desenvolvido e como foi seu desenvolvimento na Reckitt Benckiser no Brasil, com a parceria local da Fundação Abrinq.

Global Challenge: Save the Children e Reckitt Benckiser

O Global Challenge é um projeto global da Reckitt Benckiser em parceria com a Save the Children, que tem como objetivo arrecadar fundos para a organização social, utilizando o envolvimento dos funcionários da empresa. Ele iniciou-se em 2007 com esse objetivo e continua sendo a iniciativa central da empresa de angariação de fundos realizada por seus funcionários. Uma característica que Sandra Hennessy destacou sobre os funcionários da empresa é que eles são naturalmente motivados e focados e querem fazer parte de algo do qual eles possam se sentir pessoalmente orgulhosos, vendo os resultados de suas realizações, seja na captação de recursos, no treinamento, ou no alcance dos objetivos da ação proposta.



A empresa define os locais onde ocorrerá o desafio, que ocorre uma vez a cada dois anos, e a Save the Children desenha o projeto conectado à região escolhida. Em 2007 e 2009, o desafio ocorreu na Índia; em 2011 no Brasil; e em 2013 acontecerá na Indonésia. Com os objetivos de cada projeto definidos, são selecionados participantes de diferentes países, que se inscrevem e são avaliados pela equipe de Relações Públicas. O processo considera os funcionários que arrecadam mais fundos e há uma meta mínima para todos os inscritos. Em cada país, é feita uma campanha com votação no sistema de intranet para os inscritos. A determinação de cada envolvido e a criatividade para conseguir arrecadar mais recursos são fatores que marcam a experiência da seleção para o Global Challenge.

A meta de arrecadação para cada participante do projeto Global Challenge é de cerca de 4.000 libras, e, de acordo com Sandra Hennessy, na edição de 2011 houve uma pessoa que angariou mais de 250.000 libras, demonstrando o espírito da equipe da Reckitt Benckiser em relação ao projeto, com vontade de superar as metas e sempre alcançar mais. O projeto também é uma oportunidade única para os funcionários da empresa conhecerem pessoas de todo o mundo, de todos os níveis da empresa, sob um objetivo comum. Aqueles que participam do projeto mantêm contato e utilizam essas conexões nos negócios, além de se transformarem em embaixadores da Save the Children.

Na 1ª edição do Global Challenge, na Índia, em 2007, foram escolhidos 50 funcionários de 350 inscritos de 21 países para realizar um trekking aos pés da Cordilheira do Himalaia, na Índia. O objetivo era chegar a 80 mil libras e a meta foi ultrapassada em 80%. Já na sua 2ª edição, o projeto contou com 62 funcionários de 25 nacionalidades, que participaram de um trekking de cinco dias, passando pelo Himalaia. O valor angariado foi de mais de 200 mil libras, que não foi alocado somente para o país, mas também para ações em Angola e na Tanzânia.

Ricardo Monteiro, funcionário da Reckitt Benckiser Brasil, dá seu depoimento sobre sua participação nesse desafio: “Decidi participar por duas razões. Primeiro, por ser uma atividade de cunho social e ter a chance de verificar que a doação está realmente sendo bem utilizada. Segundo, porque juntamos tudo isto com uma incrível caminhada ao Himalaia, a mais alta cadeia de montanhas do planeta. O pobre no Brasil, em geral, mora em favela ou em uma casa de taipa no campo, mas a maioria tem TV e banheiro. O pobre na Índia está na rua, passa muita fome e precisa de um esforço maior para conseguir um lugar ao sol. Vivenciar esse contraste foi uma experiência fantástica e conferir a alegria das crianças que ajudamos foi ainda mais incrível. Quando vemos pessoas em dificuldade sorrindo e lutando por seus objetivos, aprendemos a valorizar o que temos. Conhecer uma cultura diferente da nossa também nos permite ser mais tolerantes e aceitar as diferenças”.

A decisão de trazer o Global Challenge para o Brasil em 2011 reflete a importância do país e da América Latina para a empresa, além das necessidades sociais das crianças brasileiras, identificadas pela Save the Children. A equipe da Reckitt Benckiser do Brasil tinha a infraestrutura para suportar tal desafio, na recepção de mais de 60 funcionários da empresa. A equipe da marca Dettol no Brasil patrocinou essa edição do Global Challenge e esta foi uma outra maneira de promover a mensagem de saúde e higiene nas comunidades locais. A escolha do desafio dessa edição foi baseada em um programa que poderia alcançar resultados válidos para a comunidade. Os resultados dele permitiram que a empresa apoiasse um grande projeto da Save the Children, o que possibilitou alavancar fundos adicionais de agências governamentais locais para garantir melhorias consideráveis para crianças na área.

Global Challenge Brasil 2011: renovação de duas creches em Petrolina

A Save the Children atua no Brasil desde 1991, ajudando crianças de comunidades marginalizadas a acessar educação básica de boa qualidade, assim como trabalhando com jovens para prevenir o avanço do HIV e outras doenças sexualmente transmissíveis, além de acabar com o trabalho infantil e com a exploração sexual. Em 2010, a Save the Children juntou forças com a Fundação Abrinq, que trabalha para dar educação, saúde e proteção para crianças e jovens brasileiros.



Save the Children

Os programas da organização no Brasil focam na região do semiárido do Nordeste, assim como ao redor das cidades de Natal, Olinda, Recife, Salvador e Senhor do Bonfim. Há também parceiros em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, que asseguram que as vozes das crianças brasileiras sejam ouvidas nos centros de poder, e que suas ideias sejam espalhadas para outras crianças no país.

Dentro desse escopo é que foi criado um projeto e, em junho de 2011, ocorreu a edição do Global Challenge no Brasil, com a participação de 65 funcionários da Reckitt Benckiser de 33 países diferentes, que tinham como desafios: 1) renovar duas creches em João de Deus (beneficiando quase 500 crianças), uma comunidade na cidade de Petrolina, Estado do Pernambuco; 2) realizar uma caminhada de 70 km na Chapada Diamantina, Bahia.



Cada profissional selecionado para esses desafios precisou arrecadar 1.800 libras em recursos para doação. Dos onze profissionais da Reckitt Benckiser Brasil que se inscreveram, os mais votados foram: desafio comunidade – Carmen Gonzales (ReckittPrev) e Elisa Sister (Marketing); desafio caminhada – Marcelo Nóbrega (Recursos Humanos) e Tamiris Oliveira (Qualidade). Cada um deles sai do seu desafio com uma experiência emocionante: “Espero que o programa tenha continuidade. Hoje, tenho certeza de que é possível angariar fundos para muitas outras obras, não somente pelos funcionários da RB como de outras empresas. A questão é ter coragem, determinação, entusiasmo e boa vontade” (Carmen Gonzales). “No começo, fiquei preocupada com a necessidade de conseguir o dinheiro, mas acabou sendo muito divertido e gratificante. O trabalho voluntário faz bem ao coração e à consciência. A recompensa é saber que podemos fazer muito pelas outras pessoas” (Tamiris Oliveira).



Não somente os participantes, mas a equipe organizadora do Global Challenge no Brasil também percebe o impacto do projeto nos funcionários e na sociedade: “Foi incrível ver o empenho do time brasileiro diante desse desafio. Minha maior expectativa é que as crianças dessas creches cresçam para ser professores, enfermeiras, engenheiros, diretores de empresa... e, um dia, também realizem ações como a nossa e façam a diferença na vida de outras pessoas” (Marcelo Nóbrega, Diretor Regional de Recursos Humanos).

Para a divulgação do projeto no Brasil, a marca Dettol foi a escolhida para uma campanha, que patrocinou a comunicação do Global Challenge Brasil. Dettol foi escolhida por ser uma marca que tem 75 anos de tradição em manter as famílias saudáveis e seguras.

A comunicação ocorreu internamente, para o engajamento dos funcionários para angariar os fundos, assim como para os participantes do projeto. A campanha também envolveu os consumidores da marca, para que soubessem das ações sociais desenvolvidas pela Reckitt Benckiser no Brasil. Foi feita uma ação chamada Semana do Abraço à Infância, em parceria com a rede Carrefour, na qual para cada produto vendido, R\$ 0,50 foram doados para a Save the Children.

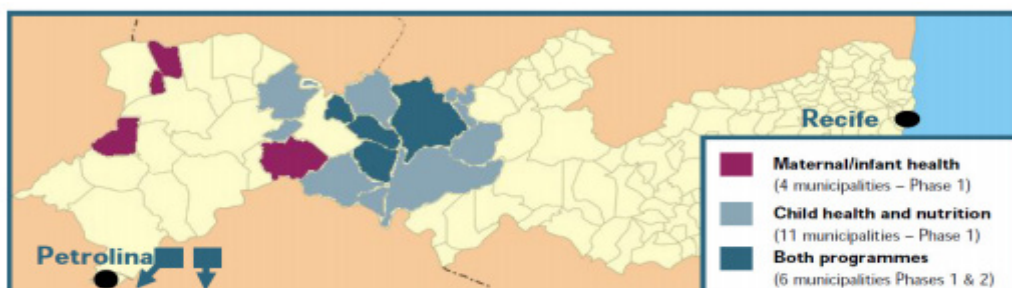
Os recursos obtidos com o Global Challenge Brasil somaram cerca de R\$ 740 mil (mais de 220.000 libras), sendo que metade foi aplicada para programas sociais em 36 municípios pernambucanos e a outra parte para projetos na Índia, em Angola e na Tanzânia.



Inspirações do Global Challenge: o que ainda está por vir

Além do próximo Global Challenge, que acontecerá na Indonésia, com os desafios na comunidade de Bandung, West Java, em renovar clínicas de saúde, e no trekking, em Lombok, para subir até o cume do Monte Rinjani, há ainda outros desdobramentos que ocorrerão a partir da inspiração criada pelo projeto.

Primeiramente, a Save the Children desenvolveu uma proposta de programa global, que tem como objetivos: acabar com as mortes de gestantes e recém-nascidos na região Nordeste; e ajudar as crianças a terem um início de vida saudável e seguro. A população que se busca atingir até 2016 é de 18.000 crianças em Pernambuco e na Bahia, para que elas sejam capazes de sobreviver e crescer nos seus primeiros cinco anos de vida.



A proposta tem como foco 21 municípios com os piores indicadores sociais da região, e ela foi dividida em duas fases: Fase 1 – construção e expansão de programa para saúde e nutrição das crianças nos quatro municípios anteriormente apoiados pelo Global Challenge e pela Comissão Europeia, lançando um programa piloto inovador de saúde materna e infantil. Com o apoio da Reckitt Benckiser, serão também levantados fundos da Comissão Europeia para fazer um programa de nutrição e saúde infantil nos outros 17 municípios. Fase 2 – continuação do programa piloto da Fase 1, aumentando de quatro para 10 municípios.

A outra iniciativa que nasceu do conceito do Global Challenge é o Latam Challenge, com o mesmo compromisso de contribuir com a melhoria da qualidade de vida de crianças em locais de extrema carência. A versão latina do programa mundial teve sua primeira edição em junho de 2012 na Colômbia, com a participação de 20 profissionais de oito países (todos do continente americano), em duas etapas – uma caminhada de 30 km pela Região Cafeteira da Colômbia (enfrentando diferentes relevos e temperaturas) e uma visita a um projeto apoiado pela Save The Children na cidade de Cali com integração com a comunidade local. Os valores arrecadados tiveram como destino a construção de um centro de proteção (voltado à alimentação e atividades educativas diárias) com capacidade para mais de 600 crianças da Comunidade 18 – uma das mais afetadas pela pobreza e violência em Cali; além de projetos sociais no Brasil – em serviços de saúde, nutrição e educação para mais de 13 mil crianças em municípios da Bahia e de Pernambuco.

Com a experiência do projeto Global Challenge, a Reckitt Benckiser busca fortalecer sua visão de negócio, além de ampliar a aplicação de seus valores corporativos em ações sociais. Unir funcionários, consumidores e comunidade é um caminho importante para a empresa, mas também uma forma de assumir sua responsabilidade diante da sociedade em que atua.

Questões para discussão

1. Quais são os possíveis impactos do desenvolvimento de estratégias de responsabilidade social empresarial para as organizações e para seus stakeholders?
2. Como a estratégia de responsabilidade social da Reckitt Benckiser responde à definição de seu negócio (visão e valores)?
3. Quais são as áreas envolvidas e as táticas utilizadas para o desenvolvimento do projeto Global Challenge da Reckitt Benckiser em parceria com a Save the children? Quais são os principais resultados desse projeto para todos os envolvidos? O que você faria de diferente para desenvolver esse projeto?