

Responsabilidade Social nas Empresas de Telecomunicações do Brasil

Kely César Martins de Paiva, Ms
(Faculdade Novos Horizontes, MG-Brasil)

Resumo

As ações de responsabilidade social tornaram-se parte relevante das agendas corporativas, indicando uma revisão nas relações entre as empresas e os atores sociais com os quais elas mantêm contato. Nesse contexto, o setor de telefonia brasileiro vem se mostrando exemplar, desenvolvendo projetos e divulgando-os maciçamente. Esse setor apresenta características e dinâmicas peculiares que despertam curiosidades e interesses, por um lado, e geram questionamentos, por outro. Este estudo teve por objetivo levantar e comparar as ações de responsabilidade social de 15 empresas de telefonia monitoradas pela Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL, na tentativa de se traçar um perfil para o setor. Para tanto, trabalhou-se prioritariamente com dados secundários (relatórios, revistas, internet, balanço social, dentre outros). Constatou-se que algumas áreas de atuação, como educação e cultura, têm sido privilegiadas pela maioria das organizações, enquanto que outras, como saúde e esporte, constituem-se exceções. Questionaram-se, ao final, as razões de adoção desses programas: respostas éticas à sociedade ou marketing social? Nesse sentido, os resultados obtidos revelam-se controversos, desnudando traços de utilitarismo. Sugerem-se, portanto, novas investigações que abracem tanto ações como motivações dessas organizações.

- Trabajo y aprendizaje tecnológico
- Educación, capacitación y mercados de trabajo
- Mercado de trabajo, salarios y condiciones de trabajo
- Condiciones de trabajo emergentes de trabajo
- Trabajo, pobreza y exclusión social
- Empresas y empresarios
- Industria del trabajo y de la industria
- Cultura del trabajo
- Frontera norte

- Presentaciones de 4 libros recientes sobre el trabajo y la industria en México
- Cambios y temas de fondo

ADEMÁS:

- Presentaciones de 4 libros recientes sobre el trabajo y la industria en México
- Cambios y temas de fondo

Con el apoyo de la
Secretaría del Trabajo



Lugar: Centro de las Artes Unison, Rosales y Luis Donald Colosio, de 9:00 a 20:00 hrs.

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, ponentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00

Mayores informes: Obregón #54, Centro, Hermosillo, Sonora, México, tel: (662) 259-53-00, fax: (662) 212-50-21

www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx

1. Introdução

As últimas décadas têm sido marcadas pela busca de novos modelos gerenciais capazes de responder a desafios como justiça social, consolidação democrática, erradicação da corrupção, sustentabilidade ambiental, entre outros. ALIGLIERI & BORINELLI (2001) acreditam num modelo tripartite composto pelos seguintes eixos: a retração estatal, a organização da sociedade civil na forma de voluntariado e do terceiro setor, e a responsabilidade social das empresas. Nesse modelo, nenhum dos pólos tradicionais da sociedade – Estado, sociedade civil e mercado -, teria exclusividade ou ascendência sobre os outros na transição institucional.

Ética e Responsabilidade Social são conceitos que vão ao encontro da busca de equilíbrio e funcionalidade na relação desses pólos, promovendo o desenvolvimento de políticas e práticas de gestão organizacionais com vistas a enfrentar as contingências ambientais sob uma diferenciada perspectiva de resultados.

Como salienta SCHOMMER (2000), a dicotomia público-privado, na qual interesses e ações privadas são diferenciadas do interesse e ação pública, tem sido desconstruída progressivamente diante de agentes sociais e do desenvolvimento, públicos e privados, que se relacionam e se interpenetram dificultando a identificação de seus limites. Em decorrência disso, salienta a autora, as organizações adotam diferentes estratégias de atuação, enfatizando a cooperação.

Este estudo teve por objetivo levantar e comparar as ações de responsabilidade social de 15 empresas de telefonia monitoradas pela Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL, na tentativa de se traçar um perfil para o setor. Para tanto, trabalhou-se prioritariamente com dados secundários (relatórios, revistas, internet, balanço social, dentre outros). Ressalta-se o enfoque

qualitativo do mesmo e seu caráter exploratório, tendo em vista o atual estágio do construto a ser discutido. Conforme afirma GODOY (1995), as pesquisas qualitativas originam-se de questões amplas as quais vão se tornando mais específicas no transcorrer da própria investigação, promovendo a verificação e ampliação do conhecimento existente sobre o assunto, fim último deste trabalho.

2. Referencial Teórico

As referências teóricas perpassarão os seguintes temas: ética empresarial, responsabilidade social e cidadania corporativa.

2.1. Ética Empresarial

Historicamente, os primeiros debates sobre ética no âmbito corporativo foram realizados em países de origem alemã, na década de 60. Segundo ARRUDA *et al* (2001:53), tais discussões pretendiam “elear o trabalhador à condição de participante do conselho de administração das organizações”. Nas décadas de 60 e 70, observou-se a introdução e o desenvolvimento do ensino de ética nos centros de ensino superior de administração e negócios. No caso norte-americano, contou-se com a colaboração de filósofos que completaram sua formação aplicando conceitos de ética aos negócios, dando origem ao conceito de ética empresarial. Na década de 70, pesquisas sobre ética foram realizadas no Estados Unidos, enfatizando a conduta ética pessoal e profissional. Nesse mesmo período, com a expansão geográfica das multinacionais, percebeu-se divergências multiculturais, fato que incentivou a criação de códigos de ética com vistas a regular os conflitos inerentes a formas e objetivos de produção diferenciados. Nos anos 80, programas de graduação e pós-graduação em administração e áreas afins, tanto nos Estados Unidos como na Europa, estimularam discussões e estudos que promoveram o

desenvolvimento de redes acadêmicas em torno do assunto. Seus frutos começaram a ser colhidos na década de 90, a partir das publicações em revistas, tanto de cunho geral, como especializadas, como é o caso do pioneiro “*Journal of Business Ethics*”, cuja primeira publicação se deu na final da década de 60.

Essa ampliação da discussão, tanto no âmbito acadêmico como empresarial, afunilou-se em, basicamente, três modos inter-relacionados de abordagem: a semântica - falar sobre ética, a teoria - pensar sobre a ética, e a prática - atuar eticamente (ARRUDA *et al*, 2001). Assim, reflexão, discussão e ação caminham juntas.

No decorrer da década de 90, desafios foram impostos pela variedade de ambientes organizacionais, principalmente considerando-se as diferenças morais locais, regionais, nacionais e internacionais. O sistema econômico, mola mestra das empresas, perpassa pelos sistemas político, social e cultural, vinculando o crescimento das empresas aos resultados multidimensionais que ela é capaz de gerar. ARRUDA *et al* (2001) conclui que a “boa” empresa não é aquela que apresenta apenas lucro, mas também um ambiente moralmente gratificante onde as pessoas desenvolvem conhecimentos e virtudes.

Já PARSTON (1997) acrescenta, aos citados, os “resultados sociais”, os quais se destinam aos cidadãos e suas demandas variadas, abraçando, dessa forma, toda a sociedade.

2.2. Responsabilidade Social

O movimento mais recente de responsabilidade social empresarial - RSE - se deu em países industrializados, sobretudo na França e nos Estados Unidos nos anos 50 e 60. Este movimento orientava-se pela filantropia, a qual consiste na participação das empresas em ações e projetos comunitários que beneficiavam a comunidade (ALIGLERI e BORINELLI, 2001). Essa vertente de

RSE ainda é muito divulgada na mídia e tem como objetivo a manutenção da legitimidade das atividades produtivas, da imagem corporativa, da sua visibilidade e das suas vantagens competitivas no mercado (MELO-NETO & FROES, 1999; ASHLEY, 2002).

Do ponto de vista conceitual, RSE perpassa outros limites como os da ética e os da moral. Isto faz com que seu conceito venha sofrendo interferência de novos significados e interpretações, muitas vezes subjetivos, num movimento contínuo de (re)construção. Segundo ASHLEY (2002), o conceito de RSE é difuso e complexo, sendo passível de melhor compreensão a partir do mapeamento do nível de comprometimento existente entre a missão social da empresa e a posterior aplicação prática do conteúdo.

Nesse sentido, ALIGLERI e BORINELLI (2001) sistematizaram em 3 diferentes vertentes para a RSE. A primeira vê a responsabilidade social como uma obrigação social, isto é, busca maximização dos lucros, satisfaz apenas as obrigações legais e as atividades empresariais são centradas em critérios econômicos. Este eixo de pensamento encontra em FRIEDMAN (1970) seu representante. Aqui, a responsabilidade social seria apenas um comportamento de maximização do lucro, um “marketing de causas”, ou um “marketing social”, como entitularia KOTLER & ROBERTO (1992). Na segunda vertente, RSE busca a aprovação social em decorrência de, basicamente, dois grupos de ações: a satisfação das obrigações legais e das sociais que afetam diretamente a empresa; e, a concepção da empresa como membro da sociedade. Os principais autores desta vertente são DAVIS & BLOMSTROM (1975). ROBBINS & COULTER (1998) complementam, definindo esta percepção como uma visão utilitarista da ética, na qual as decisões tomadas são baseadas em seus resultados e conseqüências. Já a terceira vertente, representada por ZADEK (1998), concebe RSE dentro de uma visão sistêmica dos *stakeholders*, buscando satisfazer as obrigações legais e sociais previstas relativas a

tendências ou problemas que estão surgindo, assim como desenvolver uma rede de relacionamento entre os envolvidos, e, antecipar questões sociais para resolvê-las no presente, evitando que se transformem em problemas futuros para a sociedade. Outros autores, como McWILLIAMS & SIEGEL (2001) e DUARTE & DIAS (1986), ressaltam que tal obrigação social da empresa vai além de interesses capitalistas e de exigências legais.

Segundo os autores das diversas vertentes, ao longo do tempo as empresas vêm aumentando suas responsabilidades com os diversos públicos com os quais elas desenvolvem suas atividades produtivas, a saber: acionistas, clientes, fornecedores, empregados, concorrentes, grupos marginalizados, organizações não governamentais etc. Esses fatos, associados ao crescimento relativo da riqueza na sociedade ocidental, ao aumento dos movimentos ecológicos e de defesa do consumidor, levaram a um amadurecimento por parte das estruturas e dos processos produtivos das organizações.

É importante observar que o conceito de RSE e os níveis de engajamento em programas sociais por parte das organizações podem variar de época para época e de local para local. Para DUARTE & DIAS (1986) uma mesma atividade de uma empresa pode ser considerada socialmente responsável num determinado tempo, espaço e cultura, e socialmente irresponsável em outro lugar, ou em outro momento. Portanto, é o meio, a circunstância, o ambiente que define se uma organização é responsável socialmente ou não.

Cabe ainda enfatizar que a responsabilidade por resultados sociais é duradoura, ao contrário das “doações de caridade” ou de ações filantrópicas, efetuadas por muitas empresas. Essas práticas administrativas estão a caminho de uma renovação, conforme sublinham DUARTE & DIAS (1986), AKTOUF (1996), PARSTON (1997) e CHANLAT (1999).

MESAS DE TRABAJO

- Legislación laboral
- Sindicalismo y movimiento obrero
- Educación, capacitación y desarrollo de trabajo
- Migración y trabajo
- Nuevas tecnologías y formas de trabajo
- Elementos de trabajo social
- Integración económica y trabajo en América del Norte
- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Promera norte

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las reguladoras, su viabilidad como modelo
- Las tareas de la investigación en el trabajo
- Reforma a la legislación laboral
- Presentaciones de 4 libros recientes sobre el trabajo y la industria en México
- Exhibición y venta de libros

Lugar: Centro de las Artes Colson, Rosales y Luis Donaldo Colosio, de 9:00 a 20:00 hrs.

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, ponentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00

Mayores informes: Obregón #54, Centro, Hermosillo, Sonora, México, tel: (862) 259-53-00, fax: (862) 212-50-21

www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx

2.3. Responsabilidade Social x Cidadania Corporativa

Contraopondo o conceito de responsabilidade social ao de cidadania empresarial, ASHLEY, COUTINHO & TOMEI (2000) perceberam, após revisão da literatura sobre os construtos, uma inconsistência acerca de sua definição ou diferenciação conceitual. Tais termos são utilizados meramente como sinônimos. Ao segundo, porém, um tratamento de forma sensivelmente instrumental leva à sua percepção como uma origem de vantagem competitiva frente à concorrência, a partir do desvio (legal) de recursos rumo a investimentos na comunidade.

Para fins desse trabalho, e em função dos recursos utilizados na coleta de dados, serão adotados ambos os termos, como sinônimos, já que eles tocam em um aspecto ideológico e de difícil elucidação, na medida em que tratam do entendimento da função social das empresas. No sistema econômico vigente, as organizações buscam o lucro como finalidade primordial de sua produção ou prestação de serviços. Contudo, lucro e ações sociais não são antagônicos; ao contrário, a competência organizacional é reconhecida também pela abrangência e complementaridade das ações e dos resultados que concretizam sua gestão.

MESAS DE TRABAJO

- Legislación laboral
- Sindicallismo y movimiento obrero
- Trabajo y aprendizaje tecnológico
- Educación, capacitación y mercados de trabajo
- Migración y trabajo

3. Apresentação dos Dados

Nuevas tecnologías y formas

- Integración económica y trabajo en América del Norte
- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Frontera norte

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las medidoras, su viabilidad como modelo industrial y laboral
- Las tareas de la investigación sobre el trabajo
- Reforma a la legislación laboral

ADEMÁS:

- Presentación de 4 libros de investigación
- Exhibición y venta de libros

A ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações – foi criada pela Lei Geral de Telecomunicações, publicada no ano de 1997. Desde então, sua missão traduziu-se em promover o desenvolvimento das telecomunicações do País de modo a dotá-lo de uma moderna e eficiente infraestrutura de telecomunicações, capaz de oferecer à sociedade serviços adequados, diversificados e a preços justos, em todo o território nacional. No curso de suas ações, a privatização do sistema Telebrás foi impulsionada, alterando sua conotação de setor estratégico para o desenvolvimento do país e para

sua segurança. (ANATEL, 2002)

Dentre as atribuições da ANATEL, resalta-se as funções de: propor o plano geral de metas para universalização dos serviços de telecomunicações; compor administrativamente conflitos de interesses entre prestadoras de serviços de telecomunicações; atuar na defesa e proteção dos direitos dos usuários; estabelecer restrições, limites ou condições a grupos empresariais para obtenção e transferência de concessões, permissões e autorizações, de forma a garantir a competição e impedir a concentração econômica no mercado. (ANATEL, 2002)

As telecomunicações são, na visão da ANATEL, um serviço de interesse público, um direito de cidadania. Nesse sentido, as empresas sob sua responsabilidade têm o dever de atender os anseios e direitos do cidadão, dever este que vai muito além dos seus “legítimos” interesses comerciais. A ANATEL acredita estar ampliando sua missão no sentido de estimular as operadoras a desenvolver projetos sociais que transcendem suas responsabilidades econômicas, promovendo seminários, fóruns e debates sobre o assunto. Segundo ela, as empresas prestadoras de serviços de telecomunicações têm respondido com criatividade e eficiência ao desafio de reduzir o número de excluídos sociais, culturais

e digitais. (ANATEL, 2001)

A seguir, apresentam-se os dados coletados das empresas integrantes do Sistema ANATEL.

3.1. Amazônia Celular

A Amazônia Celular (Tele Norte Celular) atua no norte do país, mais precisamente, nos estados do Pará, Amazonas, Roraima, Amapá e Maranhão. Ela desenvolve, em parceria com uma organização não governamental, ONG Missão Criança, seu principal programa social, o reconhecido Bolsa-Escola, focado na área de educação. Neste, os recursos são oriundos de contribuições de pessoas físicas e

MESAS DE TRABAJO

- Legislación laboral
- Sindicalismo y movimiento obrero
- Educación, capacitación y mercados de trabajo
- Migración y trabajo

- Nuevas tecnologías y formas emergentes de trabajo
- Trabajo, pobreza y exclusión social
- Integración económica y trabajo en América del Norte

- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Promoción social

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las reguladoras, su viabilidad como modelo industrial y laboral
- Las tareas de la investigación sobre el trabajo
- Reforma a la legislación laboral

- Presentaciones de 4 libros recientes sobre el trabajo y la industria en México
- Exhibición y venta de libros

jurídicas, espelhando as parcerias implementadas. A empresa contribui ainda com instituições que atendem crianças e adolescentes (incentivando a doação de recursos para o FIA – Fundo da Infância e Adolescência) e outras que atuam na área de saúde (oncologia, HIV, Caminhão do Sesi). Ela investe também em esportes (clube de futebol, equipe de fórmula 3, programa educacional Bom de Bola na Escola), cultura (poesia, coral, cinema-vídeo, musica, teatro, dança, divulgação de lendas e outras manifestações típicas da região onde a empresa atua, além de programas viabilizados pela Lei Rouanet, como a Expedição Vagalune), educação profissional (participação na Feama- Fundação de Empreendedorismo da Amazônia, no CDI - Comitê pela Democratização da Informática) e meio ambiente (recolhimento de baterias usadas de telefones celulares), além de estimular o voluntariado nos empregados (Oba - Organização Beneficente Amazônia). Como resultado, a Amazônia Celular recebeu o selo Empresa Amiga da Criança, concedido pela Fundação ABRINQ. Seu balanço social está disponibilizado na internet. (AMAZONIA CELULAR, 2002; ANATEL, 2001)

MESAS DE TRABAJO

3.2. BCP Telecomunicações

- Legislación laboral
- Sindicalismo y movimiento obrero
- Educación, capacitación y mercados de trabajo
- Migración y trabajo
- Nuevas tecnologías y formas emergentes de trabajo
- Integración económica y trabajo en América del Norte
- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Promera norte

A BCP Telecomunicações ganhou concessões em parte da Região Metropolitana de São Paulo e nos seguintes estados do Nordeste: Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará e Piauí. Ela investe em educação (Programa Qualidade de Ensino, em parceria com a Aliança Empresarial Pró-Educação de Pernambuco), cultura (música, cinema, teatro, exposições, dentre outras manifestações artísticas contempladas no projeto Ligando Você à Cultura) e meio ambiente (programa de recolhimento de baterias usadas de aparelhos celulares e programa de reciclagem BCP Recicla). (ANATEL, 2001; BCP, 2002)

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las reguladoras, su viabilidad como modelo
- Las tareas de la investigación sobre el trabajo
- Reforma a la legislación laboral
- Presentaciones de libros científicos sobre el trabajo
- Exhibición y venta de libros

Lugar: Centro de las Artes Unison, Rosales y Luis Donald Colosio, de 9:00 a 20:00 hrs.

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, ponentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00

Mayores informes: Obregón #54, Centro, Hermosillo, Sonora, México, tel: (862) 259-53-00, fax: (862) 212-50-21

www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx

3.3. Brasil Telecom

A Brasil Telecom é a principal operadora de telefonia fixa nas regiões Centro-Oeste, Sul e parte da região Norte. Ela tem investido em educação (Bolsa-Escola Cidadã, projeto Siminina, Prova de Êxito – Instituto Multiplicar, projeto Agente Jovem, programa Democracia da Informática, projeto Reciclagem do Adolescente.) e cultura (restauração do patrimônio público, teatro, dança, feira de livros), contando, nessas duas áreas, com uma parceria firmada com a UNESCO. A empresa destina recursos também para esportes (patrocínio de atletas no Ultraman, Instituto Dunga), saúde (hospitais, projeto Vila Vida - espaço destinado a pessoas idosas) e lazer (Projeto Carinho 2001, desenvolvido pela Universidade Federal de Pelotas, o qual oferece atividades recreativas para crianças com Síndrome de Down). A empresa apresenta balanço social na internet. (ANATEL, 2001; BRASIL TELECOM, 2002)

3.4. CTBC Telecom

A CTBC Telecom é uma empresa regional cuja presença estende-se por Minas Gerais (Triângulo Mineiro e Belo Horizonte), Mato Grosso do Sul, Goiás, Paraná, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo. Seu principal foco de atuação social concentra-se na educação (projeto Escola de Futuro, Tabinha, Axé Uai, Bombeiro Mirim, dentre outros que contam com parcerias com escola, comunidades, faculdades). Ela investe também em cultura (teatro – Escola de Teatro do Bairro Patrimônio -, dança, música, publicação de livros) e em meio ambiente (coleta seletiva de lixo, recolhimento de baterias usadas de aparelhos celulares). (ANATEL, 2001; CTBC TELECOM, 2002; EXAME, 2001)

3.5. Embratel

A Embratel opera telefonia fixa em todo território nacional e suas ações têm sido viabilizadas pelo

Instituto Embratel 21. Com ele, promove-se projetos culturais, científicos, educacionais, esportivos e sociais, com ênfase nas iniciativas de interesse da comunidade. Um projeto de destaque é a Biblioteca Digital Multimídia, fruto de uma parceria entre a Embratel e a Fundação Biblioteca Nacional. Em conjunto com o Instituto Ayrton Sena, surgiu o Programa Cidadão 21 o qual apóia o Programa de Capacitação Solidária. Além da educação, incentiva-se também a cultura (balé, livros, exposições, musicais, teatros, shows, exposições, viagens - Família Shurmann, Gerard Moss -, manifestações folclóricas), o esporte (patrocínio de piloto na formula mundial e na 2000, atletas de para-olimpíadas, times de futebol de salão) e a saúde (projetos que envolvem patologias como HIV – Projeto ConvHIVendo - , câncer e deficiências coronarianas, dentre outras, assim como campanhas de multivacinação, reabilitação, o Telemedicina etc). A empresa apresenta Balanço Social e faz uso de incentivos legais para desenvolver suas ações de responsabilidade social. (ANATEL, 2001; EMBRATEL, 2002; EXAME, 2001)

3.6. GVT

MESAS DE TRABAJO

- Legislación laboral
- Sindicalismo y movimiento obrero
- Educación, capacitación y mercados de trabajo
- Migración y trabajo
- Nuevas tecnologías y formas de trabajo
- Integración económica y trabajo en América del Norte
- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Promera nurse

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las reguladoras, su viabilidad como modelo
- Las tareas de la investigación en el trabajo
- Reforma a la legislación laboral

A GVT está presente nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Tocantins, Acre, Goiás e no Distrito Federal. Com o programa GVT Vivendo Melhor, a empresa desenvolve ações relacionadas à cultura, arte, educação e bem-estar público. Tal programa é composto por quatro projetos: o Arte GVT (promoção de espetáculos de música, teatro e dança), o Galeria Aberta (produção artística local), o Educando GVT (implementação de parcerias em favor da educação para a internet e a cidadania) e o Preservando GVT (revitalização de espaços públicos). (ANATEL, 2001; GVT, 2002)

Lugar: Centro de las Artes Unison, Rosales y Luis Donald Colosio, de 9:00 a 20:00 hrs.

3.7. Intelig

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, ponentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00
Payeras Informes: Obregón #54, Centro, Hermosillo, Sonora, México, tel: (862) 259-53-00, fax: (862) 212-50-21
www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx

A Intelig, presente em todo território nacional, apóia projetos e estimula o voluntariado entre seus empregados, os quais realizam campanhas beneficentes. Ela patrocina esportes, (Comitê Olímpico nas olimpíadas de Sidney, equipe de Amir Nasr de Fórmula 3 e eventos de tênis, tanto amador como profissional), investe em programas que integram educação e cidadania (destinando recursos para a ONG Espaço Compartilharte, a ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância, a USAID - Agência Norte-Americana para o Desenvolvimento Internacional, e o POMMAR - Programa de Prevenção Orientada a Crianças e Adolescentes em Risco) e, também, em cultura (Projeto Pedacinhos de Cor). (ANATEL, 2001; INTELIG, 2002)

3.8. Sercomtel

A Sercomtel é a única operadora pública do sistema ANATEL e atua na região de Londrina (PR). Ela trabalha com projetos nas áreas de cultura (festivais de teatro e música), educação técnico-profissional (Escola Oficina, escolas de informática, projeto Comunidade Feliz), meio ambiente (conservação do Lago Igapó), esportes (patrocínio de time basquetebol) e social (incentivo ao voluntariado para campanhas beneficentes com o Provopar – Programa de Voluntariado Paranaense, projeto Comunidade Feliz). Internamente, ela desenvolve um programa chamado Serconvida, que abrange políticas e práticas de gestão de recursos humanos, um coral (Coral Sercomtel) e incentivo ao voluntariado de seus empregados (Comitê Solidariedade). (ANATEL, 2001; EXAME, 2001; SERCOMTEL, 2002)

3.9. TCO – Centro Oeste Celular

A TCO – Centro Oeste Celular, que reúne a NTB – Norte Brasil Telecom, atua no Distrito Federal e

em 11 estados brasileiros: Acre, Amazonas, Amapá, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins. As parcerias com o Instituto Ayrton Senna, redes de televisão e outras empresas, têm viabilizado as ações de responsabilidade social em vários municípios da área de cobertura da TCO. Ela tem desenvolvido e implementado vários programas nas áreas de educação (Sua escola a 2000 por Hora, Escola Campeã, Acelera Brasil, Largada 2000, Campanha Procurando Justiça, programas de combate as drogas), cultura (patrocínio de shows musicais, peças de teatro, cinema, programas de televisão) e esportes (projeto Geração Campeã, patrocínio de atletas e de times, inclusive de deficientes físicos). Ela participou ativamente na Campanha Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida. (ANATEL, 2001; EXAME, 2001, TCO, 2002)

3.10. Telefônica

A Telefônica, operadora de telefonia fixa em São Paulo e de telefonia celular nos estados do Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Bahia, Espírito Santo e Sergipe, atua socialmente através de sua fundação, a Fundação Telefônica. Os públicos-alvo da Fundação consistem em crianças, jovens, idosos e grupos em situação de extrema fragilidade ou risco social. Suas ações focam as áreas: social (Programa de Inclusão de Pessoas Portadoras de Deficiência, Programa de Apoio aos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente, doações através do sistema Teleton para a AACD, Pastoral da Criança, Núcleo de Apoio Sócio Familiar, Programa Empresa Amiga da Criança, Projeto Solidariedade, Feira do Voluntariado), de educação (Internet na Escola, Programa Adote um Aluno ligado ao Programa de Alfabetização Solidária, Laboratório Didático Virtual, projetos Guri, Parceiros do Futuro, Educarede, Menor pelo Esporte Maior, Implantação de Redes Eletrônicas de Informação), de cultura (Estação Julio Prestes, exposições de pintura, teatro, shows musicais) e de saúde (apoio ao projeto nacional IDS –

Instituto para o Desenvolvimento da Saúde, provisão de infraestrutura de telecomunicações para o Instituto do Câncer Infantil em São Paulo, dentre outras doações). (ANATEL, 2001; EXAME, 2001; TELEFONICA, 2002)

3.11. Telemar

A Telemar, operadora de telefonia fixa, cobre os estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Ceará, Maranhão, Pará, Amazonas, Amapá e Roraima. Ela atua socialmente através do Instituto Telemar, fruto da UNITE – Universidade Telemar, destinada à formação e aperfeiçoamento de seus empregados. As áreas focadas são educação (Projeto Telemar Educação, apoio aos projetos Brasil 500 Anos e Amigos da Escola da Rede Globo de Televisão, Prova de Êxito – Instituto Multiplicar), cultura (Museu do Telephone, shows de musica, teatro exposições, concursos) e social (ONG CDI – Comitê para Democratização da Informática, ONG Missão Criança, Fundação Museu do Homem Americano – Escola Marco Maciel, Projeto Primeiros Passos e Doutores da Alegria), nas quais foram estabelecidas parcerias com instituições de ensino, institutos, ONG's e outras empresas. (ANATEL, 2001; EXAME, 2001; TELEMAR, 2002)

3.12. Telemig Celular

A Telemig Celular atua em Minas Gerais e age socialmente através do Instituto Telemig Celular. A empresa incentiva a prática do voluntariado, principalmente junto aos seus empregados, e a participação, direta e indireta, em fundos municipais (Campanha de Ação pela Cidadania Empresarial pela Infância e Adolescência, para divulgação das formas de colaboração com o FIA – Fundo da Infância e da Adolescência, e colaboração com projeto sócio-culturais, como o Bolsa Escola e o Menor

Infrator, projeto Pró-Conselho, projeto Celular Amigo). Seus projetos abraçam as áreas de meio ambiente (recolhimento de baterias de telefones celulares), educação (Missão Criança, cartilhas informativas), esporte (patrocínio de times de voleibol) e cultura (patrocínio de artistas mineiros, de grupos de artes cênicas, espetáculos, mostras, shows, projetos Circuito Telemig Celular de Cultura, Circo de Todo Mundo, Telemig Celular Som Clube, CD Rola que Rola, Salão do Encontro), com utilização maciça da Lei Rouanet. Nesse empenho, a empresa estabeleceu parcerias com conselhos públicos, FIEMG, UNICEF, secretarias de estado, além de outras empresas. As ações sociais da Telemig Celular são divulgadas em Balanço Social e a empresa incentiva o voluntariado, coordenado pelo projeto “Voluntários em Ação”. (ANATEL, 2001; EXAME, 2001; TELEMIG CELULAR, 2002)

3.13. Telesp Celular

A Telesp Celular, atuante no estado de São Paulo, desenvolve suas ações sociais através do Instituto Brasil Digital, principalmente na área cultural: participação na Mostra do Redescobrimento Brasil + 500, junto com a Fundação Bienal de São Paulo; apoio ao Museu de Arte Moderna – MAM Higienópolis; patrocínio de companhia de dança quando da re-inauguração do Teatro Municipal de Bauru; patrocínio do Festival de Inverno de Campos do Jordão em parceria com a Secretaria de Cultura do Estado; patrocínio da Exposição Fotográfica “500 anos depois...”, em parcerias com Sesc local e uma fundação; patrocínio do Premio Ethos de Jornalismo; patrocínio da reforma da Estação Luz. Ela investe, também, nas áreas de esporte (Brasil Open – Troféu Telesp Celular, atleta Vanessa Menga), meio ambiente (disponibilização de informações sobre descarte de bateria e programa de reciclagem de lixo, papéis e plásticos, que tem sua renda revertida para empresa que assiste crianças excepcionais), educação (acordos de cooperação com instituições de ensino superior, projetos Sampa.org, Religar) e

saúde (doações para a AACD, projetos Saúde para Todos, Tecnologia com Saúde, Tuuca – Associação para Crianças e Adolescentes com Tumor Cerebral, Médicos da Boa Vontade, Instituto dos Artríticos). O voluntariado entre os empregados é realizado via GPS – Grupo de Participação Social. (ANATEL, 2001; EXAME, 2001; TELESP CELULAR, 2002).

3.14. TIM

A TIM, que reúne a TIM-Maxitel, a TIM Nordeste e a TIM Sul, oferece seus produtos de telefonia móvel em 12 estados. Ela está preparando sua chegada a 16 Estados brasileiros e ao Distrito Federal, em virtude da compra de licenças junto a ANATEL. A TIM tem atuado nas áreas de cultura (Programa TIM ArtEducação, Projeto TIM - Estado de Minas - Grandes Escritores, 4º Festival Internacional TIM de Curtas Metragens de BH, Marcus Viana e Sagrado Coração da Terra, TIM Valadares Jazz Festival, Série TIM Dell'Arte Estado de Minas Concertos Internacionais, XIII Festival Internacional de Música Colonial Brasileira e Música Antiga, Clássicos TIM, Revitalização do Museu Ferroviário de Juiz de Fora, Reforma do Teatro Grande Othelo, Restauração e Revitalização Religiosa e Cultural da Igreja Nossa Senhora do Carmo, Ateliê de Coreógrafos, Aeroclube Festival Internacional de Música e Teatro de Rua, Circo Picolino – Projeto Verão), desenvolvimento comunitário (Projeto TIM Comunidade Líder, Projeto Conviver, Asmare - Associação dos Catadores de Papel, Papelão e Material Reaproveitável de BH, CARE - Unidade de Beneficiamento e Reciclagem de Lixo de Aracaju, Projeto Democratizando a Informática, Bloco Oficina Tambolelé, PDL - Projeto de Denominação de Logradouros), educação profissionalizante (projeto Sorveteria Escola) e saúde (Hospital da Baleia, Obras Sociais Irmã Dulce, PÃO – Programa TIM de Alimentação Orientada, colaboração com campanhas beneficentes). Além disso, a TIM incentiva o voluntariado entre seus empregados e divulga

seu programa de contratação de pessoas deficientes. Para tanto, ela estabelece parcerias com ONG's, secretarias de governo, associações, instituições de ensino, ANDI, dentre outros. (ANATEL, 2001; EXAME, 2001; TIM, 2002)

3.15. Vésper

A Vésper, operadora de telefonia fixa em todo país, estabeleceu parcerias com secretarias de educação a fim de viabilizar recursos e melhorar as condições de ensino em escolas carentes. O voluntariado é estimulado entre os empregados, resultando em campanhas beneficentes. (ANATEL, 2001)

4. Análise dos Dados

As ações realizadas pelas empresas pesquisadas abrangem diversas áreas, a saber: cultura (14 empresas), educação (15 empresas), esporte (9 empresas), meio ambiente (6 empresas), saúde (8 empresas). Ressalta-se que, muitas vezes, as ações se desenvolvem com interfaces notáveis entre si e

entre áreas diferenciadas.

Percebeu-se que o foco das ações sociais desenvolvidas pelas empresas pesquisadas concentra-se em

educação e cultura. No primeiro caso, as ações vão realmente ao encontro de uma necessidade nacional com a percepção clara de seu potencial de transformação. No caso de cultura, as manifestações regionais e locais, de acordo com a área de atuação da própria empresa, são sempre priorizadas. Saúde e esporte constituem-se em exceções, sem um caráter que possa ser considerado comum nas empresas.

Em termos de saúde, pende-se para as doações, que ressaltam a natureza filantrópica das ações, e um direcionamento para problemas específicos, mas de alta visibilidade, como combate a câncer e Aids.

As ações em torno do esporte normalmente são conduzidas a título de patrocínio, o que também reforça a imagem da empresa junto à sociedade. Convém ressaltar que a preocupação ambiental da maioria das empresas que opera na telefonia celular restringe-se ao descarte de baterias de telefones celulares.

Dessa maneira, as práticas de responsabilidade social levantadas aproximam-se da percepção conceitual discutida por DAVIS & BLOMSTROM (1975) e ROBBINS & COULTER (1998), isto é, elas são pautadas num utilitarismo no qual as decisões tomadas baseiam-se em resultados e conseqüências. Por outro lado, observou-se que algumas das organizações têm procurado estender seu campo de atuação social numa perspectiva mais sistêmica, conforme orientam DUARTE & DIAS (1986), ZADEK (1998) e McWILLIAMS & SIEGEL (2001). Neste sentido, elas demonstram uma preocupação em desenvolver uma rede de relacionamentos entre (a maior parte dos) envolvidos, com o objetivo de antecipar questões para evitar que se transformem em problemas futuros para a sociedade.

Outro aspecto relevante refere-se à gestão dos projetos sociais, na qual se consideram os seguintes pontos: estrutura específica externa (4 empresas destinam recursos de seus orçamentos direto para “suas” fundações ou institutos, responsáveis por suas atuações sociais), estabelecimento de parcerias para implementação e/ou controle de suas ações sociais (14 empresas), incentivo ao voluntariado, junto aos públicos interno e/ou externo (9 empresas), utilização de recursos próprios para o financiamento de ações (15 empresas), utilização de incentivos legais (3 empresas) e desenvolvimento de ações sociais auto-sustentáveis (2 empresa). Notou-se uma preferência por parte da maioria das organizações abordadas pelo trabalho conjunto com parceiros institucionais e voluntários, buscando maximizar os recursos de natureza diferenciada que elas utilizam quando da implementação dos projetos sociais.

Poucas empresas contam com estruturas externas específicas, o que pode significar acúmulo de funções na sua estrutura e/ou desconhecimento das vantagens legais dessa opção. Observa-se a

utilização maciça de recursos próprios, porém poucas delas reconhecem “publicamente” o uso de incentivos legais / fiscais. Isto reflete, em parte, que os resultados sociais são estimulados, mas não determinados, pelas facilidades legais que o Estado tem provido. Por outro lado, esses fatos apontam para as concepções de DUARTE & DIAS (1986) e de McWILLIAMS & SIEGEL (2001), onde ações de responsabilidade social superam as obrigações legais, às quais as organizações são submetidas.

O desenvolvimento de ações auto-sustentáveis, pouco empreendido, diz de uma preocupação das organizações pesquisadas não apenas com a gestão do projeto - independência quanto aos recursos -, mas também com a sua perpetuação no longo prazo. Imprime-se, aqui, um caráter sensivelmente diferenciado do assistencialismo e da filantropia, rumo a um modelo de responsabilidade social que, efetivamente, agregue todos os atores sociais envolvidos, conforme sugerem AKTOUF (1996), PARSTON (1997) e CHANLAT (1999).

Já os indicadores de resultados das ações de responsabilidade social adotados pelas empresas consideram a divulgação de ações e/ou resultados pela empresa na mídia (13 empresas) e a divulgação de balanço social (4 empresas). Percebeu-se que algumas empresas não divulgam ações e resultados em site próprio ou na mídia comum. Em contrapartida, observou-se uma preocupação geral em torno da divulgação, direta e indiretamente, interna e externamente. Esse “marketing de causas” (ROBBINS & COULTER, 1998) ou “marketing social” (KOTLER & ROBERTO, 1992) é defendido por FRIEDMAN (1970), que concebe tais ações como uma obrigação social que resulta, em última instância, em maximização dos lucros. Já o exercício de reflexão imposto pela elaboração de Balanço Social parece não ser alvo dos esforços da maioria das empresas. Isso reflete a dificuldade de se conciliar resultados sociais e resultados econômicos. O reconhecimento interno dele decorrente, que acaba redundando em orgulho, motivação e, assim, em produtividade, desnuda, mais uma vez, traços

de utilitarismo nas políticas e ações de responsabilidade social.

5. Considerações

No que se refere às ações, alguns aspectos merecem menção. A área de educação configurou-se como uma prioridade das empresas pesquisadas, denotando uma preocupação com uma real carência do país como um todo. Somam-se, também, os investimentos em cultura, normalmente estimulados por incentivos legais, como a Lei Rouanet. De acordo com o caso, tais ações foram classificadas ora como utilitaristas (FRIEDMAN, 1970; DAVIS & BLOMSTROM, 1975; ROBBINS & COULTER, 1998), ora como fruto de uma perspectiva sistêmica (DUARTE & DIAS, 1986; ZADEK, 1998; McWILLIAMS & SIEGEL, 2001).

Em relação à gestão das ações sociais, faz-se necessário questionar a possibilidade efetiva de mensuração dos resultados sociais e, ainda, dos seus reais objetivos. De qualquer maneira, a diferenciação no caráter das ações e nas possibilidades de exploração das mesmas para manejo de imagem institucional foi ponto pacífico nas organizações abordadas.

A participação do Estado, tanto em termos decisórios como de implementação e controle, parece restrita. Para um setor que, num passado recente, era considerado como de interesse nacional, a nova posição não parece incômoda, o que causa, no mínimo, espanto. Benefícios legais, que implicam em alguma organização e disponibilização de dados para governos, representam, de forma simplificada, um redirecionamento de impostos devidos ao Estado para outras empreitadas a critério da organização.

Torna-se necessário ressaltar que discutir ética empresarial, assim como responsabilidade social organizacional, deve ir além da compreensão e análise de modelos de gestão considerados como responsáveis socialmente. Essa reflexão refere-se ao trânsito para um modelo político que contemple

efetivamente uma articulação entre os poderes do Estado, das empresas e da sociedade. Isto envolve discussão e (re) definição de papéis por parte de todos os atores sociais envolvidos, no intuito de promover ações que, de fato, reúnam interesses diversificados.

Do ponto de vista acadêmico, sugere-se a realização de pesquisas com cortes transversais por setor de atividade e porte, visando identificação de traços comuns, assim como longitudinais, de forma a perceber avanços temporais, impactos na imagem institucional, visibilidade etc. Dessa forma, caminha-se para uma maior delimitação em torno do próprio conceito de responsabilidade social, assim como o de cidadania corporativa, suas abrangências e seus limites no contexto capitalista. Sugere-se, também, investigações em profundidade que abracem tanto ações como motivações dessas organizações, com vistas à elucidação das razões de adoção desses programas: respostas éticas à sociedade ou marketing social? Por enquanto, opta-se pela segunda alternativa.

6. Bibliografia

ANATEL. Disponível em: < <http://www.anatel.gov.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

ANATEL. Telecomunicações e Responsabilidade Social – o futuro se expressa assim. Brasília:

ANATEL, 2001.

AMAZÔNIA CELULAR. Disponível em: < <http://www.amazoniacelular.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

ASHLEY, P. A., COUTINHO, R. B. G & TOMEI, P. A. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. 24º Enanpad. In: Anais. Salvador: Anpad, 2000.

ASHLEY, P. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2002.

MESAS DE TRABAJO

- Legislación laboral
- Sindicalismo y movimiento obrero
- Educación
- Migración y trabajo
- Salario, salario mínimo, salarios y condiciones de trabajo
- Nuevas tecnologías y formas de organización
- Integración económica y trabajo en América del Norte
- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Promera norte

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las reguladoras, su viabilidad como modelo
- Las tareas de la investigación sobre el trabajo
- Reforma a la legislación laboral

ADEMÁS:

- Presentaciones de 4 libros recientes sobre el tema
- Exhibición y venta de libros

Lugar: Centro de las Artes Unison, Rosales y Luis Donaldo Colosio, de 9:00 a 20:00 hrs.

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, asistentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00

www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx

AKTOUF, O. A Administração entre a tradição e a renovação. São Paulo: Atlas, 1996.

ARRUDA, M. C. *et al.* Fundamentos da ética empresarial e econômica. São Paulo: Atlas, 2001.

ALIGLERI L. M. & BORINELLI, B. Responsabilidade social nas grandes empresas da região de Londrina. 25º Enanpad. In: Anais. Campinas: Anpad, 2001.

BCP. Disponível em: < <http://www.bcp.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

BRASIL TELECOM. Disponível em: < <http://www.brasiltelecom.net.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

CHANLAT, J. F. Ciências sociais e management: reconciliando o econômico e o social. São Paulo: Atlas, 1999.

CTBC TELECOM. Disponível em: < <http://www.ctbctelecom.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

DAVIS, K. & BLOMSTROM, R. Business and Society. New York: Mc Graw-Hill, 1975.

DUARTE, G. D. & DIAS, J. M. A. M. Responsabilidade social: a empresa hoje. Rio de Janeiro; São Paulo: LTC; Fundação Assistencial Brahma, 1986.

EMBRATEL. Disponível em: < <http://www.embratel.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

EXAME Guia de Boa Cidadania Corporativa. Edição 754, ano 35, nº 24, 2001.

GVT. Disponível em: < <http://www.gvt.net.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. New York: Times Magazine, 1970, september.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 35, n. 2, mar./abr. 1995. p.57-63.

INTELIG. Disponível em: < <http://www.intelig23.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

KOTLER, P. & ROBERTO, E. L. Marketing social: estrategias para alterar o comportamiento público. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

McWILLIAMS, A. & SIEGEL, D. Corporate Social Responsibility: a theory of the firm perspective. IN: Academy of Management Review. v. 26, n. 1, p. 117-127, 2001.

MELO-NETO, F. P. & FROES, C. Responsabilidade social e cidadania empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

PARSTON, G. Produzindo Resultados Sociais. IN: HESSELBEIN *et al.* (Org.) A organização do futuro. São Paulo: Futura, 1997. Cap. 35.

ROBBINS, S. P. & COULTER, M. Administração. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1998.

SCHOMMER, P. C. Investimento social das empresas: cooperação organizacional num espaço compartilhado. 24º Enanpad. In: Anais. Salvador: Anpad, 2000.

SERCOMTEL. Disponível em: < <http://www.sercomtelcelular.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

TCO. Disponível em: < <http://www.tco.net.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

TELEFONICA. Disponível em: < <http://www.telefonica.net.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

TELEMAR. Disponível em: < <http://www.telemar.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

TELEMIG CELULAR. Disponível em: < <http://www.telemigcelular.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

TELESP CELULAR. Disponível em: < <http://www.telespcelular.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

TIM. Disponível em: < <http://www.timaxitel.com.br> >. Acessos de junho a agosto de 2002.

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, ponentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00
Mayores informes: Obregón #54, Centro, Hermosillo, Sonora, México, tel: (662) 259-53-00, fax: (662) 212-50-21
www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx

ZADEK, Simon. Balancing performance, ethics, and accountability. In: Journal of Business Ethics. v. 17, n. 13, p. 1421-1441, oct. 1998.

trórr

CUARTO CONGRESO NACIONAL DE ESTUDIOS DEL TRABAJO

MESAS DE TRABAJO

- Legislación laboral
- Sindicalismo y movimiento obrero
- Trabajo y aprendizaje tecnológico
- Educación, capacitación y mercados de trabajo
- Migración y trabajo
- Mercado de trabajo, salarios y condiciones de trabajo
- Nuevas tecnologías y formas emergentes de trabajo
- Trabajo, pobreza y exclusión social
- Integración económica y trabajo en América del Norte
- Empresas y empresarios
- Historia del trabajo y de la industria
- Género y trabajo
- Cultura del trabajo
- Frontera norte

Con el apoyo de la
Secretaría del Trabajo



DEL 9 AL 11
DE ABRIL
DE 2003

MESAS REDONDAS

- Impactos laborales del TLCAN
- Las maquiladoras, su viabilidad como modelo industrial y laboral
- Las tareas de la investigación sobre el trabajo
- Reforma a la legislación laboral

ADEMÁS:

- Presentaciones de 4 libros recientes sobre el trabajo y la industria en México
- Exhibición y venta de libros



Lugar: Centro de las Artes Unison, Rosales y Luis Donaldo Colosio, de 9:00 a 20:00 hrs.

Costo de inscripción: asistentes \$350.00, ponentes \$250.00, miembros de AMET \$150.00, estudiantes \$100.00

Mayores informes: Obregón #54, Centro, Hermosillo, Sonora, México, tel: (662) 259-53-00, fax: (662) 212-50-21

www.colson.edu.mx / colson@colson.edu.mx