

# Responsabilidade social na visão de organizações da sociedade civil

**Antonio Marcos Vargas de Oliveira**

Mestrando do UNIFECAP. Docente do UniFMU e da FaG – Faculdade do Guarujá [amvo@uol.com.br]

**Úrsula A. Araújo Nogueira**

Mestranda do UNIFECAP. Docente do IESAM – Instituto de Ensino Superiores da Amazônia [ursulanogueira@uol.com.br]

**Prof. Dr. Dirceu da Silva**

Docente do UNIFECAP – Centro Universitário da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado [dirceuds@fecap.br]

## RESUMO

Este estudo apresenta-se como uma reflexão em relação à prática da responsabilidade social na sociedade nos dias atuais. Busca-se identificar na visão das organizações da Sociedade Civil qual é o papel do indivíduo, das empresas e da formação destes indivíduos como agentes transformadores das empresas nas atividades sociais desenvolvidas por estas empresas.

O estudo busca identificar além destas percepções, pontos importantes na relação entre as empresas e as organizações da Sociedade Civil e da formação dos executivos que estarão desenvolvendo as políticas dentro das empresas.

Identificar a responsabilidade social sob a ótica das organizações da sociedade civil, possibilita uma nova visão que venha a facilitar a compreensão de como cada ator social têm desempenhado o seu papel.

## PALAVRAS-CHAVE

Responsabilidade Social, Organizações da Sociedade Civil, Empresa Cidadã e Terceiro Setor.

## ABSTRACT

This paper shows itself as a reflection on the social responsibility nowadays. It tries to find the non-profit institutions vision about the people's role, enterprise's role and the preparation of this people to be the subject to change the social activities developed by the enterprises.

The paper tries to go beyond these perceptions, identifying the most important points between the enterprise and non-profit institution's relationship, and the executive's preparation to develop the enterprise policies.

The social responsibility identification under the non-profit institutions view permits a new vision that should make easier the understanding on how each social actor performs its role.

## KEY WORDS

Social Responsibility, Non-profit Institutions, Ethical Business, Third Sector.

## 1. INTRODUÇÃO

Como pode ser observado na mídia, muito se tem falado sobre Responsabilidade Social, principalmente a partir da última década do século passado.

Nessa década é que o grande público passou a perceber os meios de atuação da Sociedade Civil no enfrentamento dos problemas sociais, principalmente em decorrência da realização da Conferência sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento – UNCED (*United Nation Conference of Environment and Development*), e de seu encontro paralelo, o Fórum Internacional de ONGs (Organizações Não Governamentais) e Movimentos Sociais, eventos estes conhecidos como Rio 92 ou Eco 92, os quais despertaram a mídia nacional para a problemática Social e Ambiental além da atuação das ONGs (MENDES, 1999).

É também nessa época que começou a se intensificar o aparecimento na mídia dos termos “ONG”, “Responsabilidade Social”, “Balanço Social”, “Sociedade Civil”, “Terceiro Setor” e outros relacionados à atuação da Sociedade Civil Organizada.

Isto não quer dizer que a nossa sociedade não sofresse de graves problemas sociais antes dessa década, mas sim que grande parte da população e dos meios de comunicação, não haviam ainda percebido totalmente o desenvolvimento das organizações como um novo poder e o surgimento de um novo nível de participação da Sociedade Civil Organizada e das Empresas nas questões sociais.

Com a redução do Estado nas atividades sociais e a diminuição da capacidade da sociedade de enfren-

tar diretamente os problemas sociais, o agravamento destes problemas leva ao desenvolvimento de uma nova racionalidade social, onde o papel das empresas é relevante (MELO NETO e FROES, 2001).

O objetivo deste estudo foi de procurar identificar qual é a percepção das Organizações da Sociedade Civil quanto a prática da "Responsabilidade Social" pelas empresas com as quais mantêm relacionamento no desenvolvimento de sua atuação social.

Para tanto foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa em duas organizações selecionadas na base de dados das Organizações da Sociedade Civil que participaram do programa de capacitação em gestão, desenvolvido pela Associação dos Alunos e Ex-Alunos de MBA (*Master in Business Administration*) da Universidade de São Paulo – USP.

Um dos critérios para a escolha das organizações que seriam pesquisadas foi de selecionar uma organização que tivesse terminado recentemente esse processo de capacitação e outra que o tivesse terminado a pelo menos seis meses.

Outro critério adotado foi que as áreas de atuação fossem diferentes, para que se pudesse haver diversidade de percepção em função dos relacionamentos mantidos entre as organizações e as empresas financiadoras, patrocinadoras ou parceiras de seus programas e projetos.

Dentro destes critérios, foi selecionada uma organização que atua na área de saúde, desenvolvendo programas de educação, convivência e qualidade de vida dos portadores de uma determinada patologia e seus familiares, e uma organização que desenvolve suas atuações na área ambiental.

Por se tratar de uma pesquisa investigativa, com o objetivo de gerar hipóteses baseadas nas percepções dos gestores dessas organizações, optou-se pela técnica de *Focus Group*.

Segundo Giovinazzo (2001), o *Focus Group* é a técnica recomendada para o tipo de pesquisa objeto deste artigo particularmente por fornecer "riqueza e flexibilidade na coleta de dados, normalmente não disponíveis quando se aplica um instrumento individualmente".

No planejamento da pesquisa foram definidas as seguintes questões que serviram de base à formulação do roteiro a ser seguido pelo moderador:

- a – Como são percebidas as práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas pelas empresas?
- b – Qual o grau de influência destas práticas nos trabalhos desenvolvidos por estas Organizações da Sociedade Civil?

- c – Qual a percepção da evolução temporal da consciência social das empresas?
- d – Existem setores ou indústrias onde a Responsabilidade Social Empresarial se destaque?
- e – Quais aspectos seriam relevantes na formação acadêmica dos gestores empresariais?

Foi ainda definido: (a) que seriam realizadas duas reuniões uma para cada organização; (b) que os participantes das organizações seriam seus principais gestores, incluindo no grupo as pessoas (2 em cada grupo) que passaram pelo processo de capacitação já citado; (c) quem faria o papel de mediador e quem ficaria com a função de observador; e (d) as datas e locais de realização das reuniões.

Para o registro das informações, foi programado o uso da técnica de gravador e de transcrição de dados conforme orientação de Queiroz (1991, cap. VI e VII), e a análise de dados de acordo com a técnica de análise de conteúdo preconizada por Bardim (QUEIROS, 2003).

O presente artigo está dividido em cinco partes. Na primeira, além da introdução ao tema, são apresentadas as questões que motivaram a pesquisa e a forma como a mesma foi desenvolvida. Na segunda parte são apresentadas as conceituações sobre "Responsabilidade Social" comparativamente ao conceito de "Filantropia", a "Responsabilidade Social" nas empresas, seus estágios, e o conceito de "Balanço Social".

A terceira parte aborda as principais formas de atuação social desenvolvidas pelas empresas.

A seguir é feita uma análise dos dados obtidos com a pesquisa desenvolvida junto às Organizações selecionadas e finalmente na conclusão, se irá procurar relacionar esses resultados com os conceitos apresentados.

## 2. A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Mas o que é "Responsabilidade Social"? Segundo Melo Neto e Froes (2001), a Responsabilidade Social é uma ação transformadora, tem a ver com o dever cívico, busca estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva. Pode-se então concluir que a "Responsabilidade Social" é inerente ao indivíduo e às organizações.

Assim, a "Responsabilidade Social", compreende as pessoas tanto individualmente quanto de forma coletiva e organizada. Esta forma coletiva e organizada pode se apresentar como Organizações da Sociedade Civil, como Empresas ou como Governo.

O exercício da “Responsabilidade Social” do indivíduo, pode ser desenvolvido de forma comportamental e através do voluntariado em Organizações da Sociedade Civil ou em Organizações Públicas. As Organizações da Sociedade Civil são a representação da ação social de uma coletividade, procurando atender a uma causa social.

Ao Governo cabe intrinsecamente a responsabilidade sobre o bem estar público. Mas esta premissa não isenta o Estado de sua Responsabilidade Social. Tanto que Herbert de Souza (2003), o Betinho, em artigo sobre Balanço Social sugere que tanto as empresas estatais quanto os governos municipais deveriam

publicar os seus balanços sociais, devendo para estes últimos ter sua formatação adaptada.

Antes de ser abordado o tema “Responsabilidade Social” nas empresas, convém que seja rapidamente revisado o tema “Filantropia”.

Filantropia é a retribuição à sociedade do sucesso nas atividades comerciais, industriais ou profissionais, através de doações. Em decorrência da filantropia, surgiram as entidades filantrópicas, que buscam estes recursos (MELO NETO e FROES, 2001). No Quadro 1, podem-se observar as diferenças existentes entre a Filantropia e a Responsabilidade Social segundo estes autores.

Quadro 1 – As Diferenças entre a Filantropia e a Responsabilidade Social.

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

Fonte: Melo Neto e Froes (2001, p. 28).

Além de basear-se no assistencialismo a Filantropia costuma ser pontual, só ocorrendo quando há disponibilidade de recursos e sem a preocupação com a continuidade de qualquer programa, o que gera por parte das organizações que dependem destes recursos, a busca constante de um grande número de patrocinadores de forma a procurar garantir o fluxo necessário para sua atuação.

## 2.1. A Responsabilidade Social Empresarial

O novo nível de consciência empresarial, a nova ética social empresarial, é uma postura que engloba desde o tratamento dado aos funcionários, as relações com os acionistas, fornecedores, clientes, obrigações legais, conduta ética nos negócios e o envolvimento nas ações sociais desenvolvidas pela comunidade (MELO NETO e FROES, 2001). A empresa que pratica a Responsabilidade Social, está exercendo também a Cidadania Empresarial.

Segundo Montana e Charnov (1998), a Responsabilidade Social pode ser classificada em três estágios.

No primeiro as empresas apenas cumpre as suas obrigações oriundas do sistema legal constituído e as ditadas por acordos sindicais. No segundo estágio a empresa além do atendimento das obrigações legais, buscam satisfazer as necessidades sociais percebidas que a afetam diretamente. Finalmente, no terceiro estágio, a empresa amplia sua participação social buscando desenvolver ações sociais mesmo para problemas que não a afetem diretamente (Quadro 2).

O desenvolvimento desta nova consciência empresarial, teve o seu marco inicial em 1972, com as discussões sobre os limites da expansão econômica, que resultou no “Relatório Meadows” (primeiro relatório do Clube de Roma<sup>1</sup>), culminando na França, em 1977, com o “Relatório Sudreau” que abordava a reforma da empresa e a aprovação da lei que institui o “Balanço Social” na França (MELO NETO e FROES, 1999).

1 – O Clube de Roma teve seu início na década de 60 e reunia chefes de estado, economistas, pedagogos, humanistas, industriais, banqueiros, líderes políticos, e cientistas entre outros membros de diversos países, que se encontravam para analisar a situação mundial e oferecer previsões e soluções para o futuro da humanidade.

Quadro 2 – Estágios da Responsabilidade Social Empresarial.

1º Estágio	Abordagem da Obrigação Social	Satisfazer apenas as obrigações legais
2º Estágio	Abordagem da Responsabilidade Social	Satisfazer as obrigações legais e as obrigações sociais atuais que afetam diretamente a empresa
3º Estágio	Abordagem da Sensibilidade Social	Satisfazer as obrigações legais e sociais previstas relativas a tendências/problemas que estão surgindo, mesmo que afetem a empresa diretamente

Fonte: Adaptado de Montana e Charnov (1998, p. 36).

A bandeira do Balanço Social foi empunhada no Brasil pelo Betinho, que presidindo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, em “seu último ato público no Centro Cultural do Banco do Brasil no Rio de Janeiro, conclamou as empresas a se engajarem na divulgação de seu Balanço Social oferecendo para isso um modelo concreto” (GRZYBOWSKI, 2003).

Como definiu Betinho (SOUZA, 2003b p. 1), “*Trata-se de uma avaliação para medir e julgar os fatos sociais vinculados à empresa, tanto internamente – empresa/empregados – como externamente (empresa/comunidades)*”.

O sucesso de uma empresa não está mais ligado apenas ao aspecto econômico (CAPPELLIN e GIULIANI, 1999), novas dimensões que incluem a atuação social, o respeito e preservação do meio ambiente e o apoio à cultura, passam a fazer parte dos critérios utilizados pela sociedade para avaliar uma empresa diferenciando-a no mercado.

Pode-se dizer que o Balanço Social deve refletir a atuação social da empresa, podendo seguir a classifica-

ção dos estágios sugeridos por Montana e Charnov que também é contemplada na proposta do IBASE conforme artigo de seu diretor Cândido Grzybowski (2003) e ilustrado no Quadro 3.

Como pode ser observado, ao primeiro estágio (Abordagem da Obrigação Social) corresponderiam os itens de Recursos Humanos e de Tributos e Contribuições Legais. Ao segundo estágio (Abordagem da Responsabilidade Social), incluir-se-ia os Investimentos em Ações Sociais na sua forma mais simples, isto é, atendendo a comunidade onde a empresa está localizada, e no terceiro estágio (Abordagem da Sensibilidade Social), seriam incluídos todos os componentes propostos para o Balanço Social.

Numa concepção mais ampla, Ribeiro e Lisboa (2003) definem que O Balanço Social “*envolve a demonstração da interação da empresa com os elementos que a cercam ou que contribuem para sua existência, incluindo o meio ambiente natural, a comunidade e economia local e recursos humanos*”, ou seja, todas relações da empresa.

Quadro 3 – Componentes do Balanço Social.

Recursos Humanos	Os indicadores laborais, juntamente com os indicadores da composição do quadro funcional, são os melhores indicadores da responsabilidade social empresarial.
Tributos e Contribuições Legais	Trata-se de uma contribuição social compulsória, uma ressocialização impositiva do valor agregado, que é significativa em relação ao negócio.
Investimento no Meio Ambiente	O investimento no meio ambiente, primeiro na transformação e aperfeiçoamento de práticas internas e depois em projetos de interesse da sociedade como um todo.
Investimento em Ações Sociais	Nem que seja apenas na comunidade em que a empresa atua, tais investimentos, por pequenos que sejam, revela o quando a empresa reabre para a questão social.

Fonte: Baseado em Grzybowski, (2003).

### 3. FORMAS DE ATUAÇÃO SOCIAL

As formas das empresas desenvolverem suas ações sociais externas, podem ser perfeitamente identificadas em duas pesquisas. A primeira desenvolvida em 1999 pelo Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor – CEATS, mantido pela FIA – Fundação Instituto de Administração dos professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP e divulgada em artigo de Fisher e Falconer (2000), que investiga as atividades de estímulo empresarial ao desenvolvimento interno do voluntariado, e a segunda realizada na região de Londrina no ano 2000, que investiga a atuação social das grandes empresas dessa região, e divulgada em artigo de Aligleri e Borinelli (2001).

Ressalte-se que os universos pesquisados são bastante diferentes. A primeira pesquisa com um foco qualitativo com grandes empresas e quantitativo a nível nacional com todos tipos de empresas, e outra abrangendo 26 grandes empresas da região de Londrina no Paraná.

Percebe-se pelos relatos destes pesquisadores que as empresas desenvolvem sua ação social de formas distintas. A primeira executando diretamente as ações, seja através de projetos próprios ou de projetos encampados pelas empresas.

Uma outra forma de atuação é através do desenvolvimento de ações em parcerias com outras organizações, da sociedade civil ou do governo sendo que, na região de Londrina são encontradas no universo pesquisado um grande número de empresas com participação restrita a doações.

Finalmente, verifica-se o desenvolvimento de ações sociais apoiadas por empresas através do voluntariado empresarial.

Pode-se então resumir em quatro formas as atuações das empresas no desenvolvimento de suas ações sociais, além das combinações entre estas formas: (1) diretamente, através de projetos próprios, (2) através do apoio e desenvolvimento do voluntariado interno, (3) através de parcerias e (4) através de doações.

Quanto a estrutura, identifica-se nestes artigos que as formas utilizadas para o desenvolvimento destas atuações, podem ser classificadas em três modelos de atuação distintos. O primeiro, característico principalmente de empresas multinacionais e grandes corporações, é a constituição de institutos ou fundações criados para gerir e desenvolver estas atividades sociais, desvinculadas da atividade empresarial da empresa mantenedora.

O segundo modelo, também característico de grandes organizações, é a integração da atividade social à atividade empresarial, ou seja, a atividade social faz

parte da estratégia de posicionamento da empresa, fluindo por toda sua estrutura.

O terceiro modelo, é o das empresas que definem uma área específica dentro de sua estrutura operacional para o desenvolvimento e gestão das ações sociais. Esta área pode ter como função exclusivamente os programas sociais da organização, ou desenvolver outras funções, sendo que neste caso normalmente a função de atuação social não é a função principal da área, e sim complementar. Em algumas empresas esta função pode estar alocada a uma única pessoa.

Percebe-se que conforme o nível de consciência social se desenvolve na organização, os programas passam a ter mais consistência e as áreas de atuação começam a ficar cada vez mais definidas, passando a ter um caráter estratégico.

De acordo com Guedes (2003, p. 7), "*Uma empresa cidadã tem no seu compromisso com a promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade os seus diferenciais competitivos*", a diferenciação em relação aos seus concorrentes se dá também pelo exercício da cidadania, que vem reforçar a imagem institucional.

Mas como é vista a participação das Empresas nas causas sociais pelas organizações da Sociedade Civil?

O objetivo deste artigo é justamente iniciar a identificação de como as organizações da Sociedade Civil, que desenvolvem programas sociais percebem: (a) as práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas pelas empresas; (b) o grau de influência destas práticas nos trabalhos desenvolvidos por estas organizações da Sociedade Civil; (c) a percepção da evolução temporal da consciência social das empresas; (d) se existem setores ou indústrias onde a Responsabilidade Social Empresarial se destaque; e (e) quais aspectos seriam relevantes na formação acadêmica dos gestores empresariais.

Como foi mencionado, este trabalho é um início de identificação destas questões, não tendo de forma alguma a pretensão de estabelecer conceitos, mas sim e apenas, levantar hipóteses que possam no futuro ser objeto de estudos mais aprofundados que levem a uma adequada compreensão deste relacionamento entre o Segundo Setor (Mercado) com fins privados e o Terceiro Setor (Organizações da Sociedade Civil) com fins públicos. Fernandez (2002).

### 4. ANÁLISE DA PESQUISA

Na análise do conteúdo das respostas, comentários e debates surgidos durante os dois encontros com as organizações que participaram do processo de pesquisa, foram identificadas as seguintes posi-

ções a respeito das questões levantadas para a identificação da percepção destas organizações sobre a Responsabilidade Social nas Empresas:

Os grupos pesquisados enfatizaram a importância da consciência individual na prática da Responsabilidade Social antes de chegar à análise do que é praticado na empresa. É a contribuição individual, é o preocupar-se com outros que somado às ações empresariais irá proporcionar as melhorias na sociedade em benefício de todos.

Quanto à forma de atuação das empresas no desenvolvimento de suas ações de Responsabilidade Social, as quatro formas de atuação apresentadas no embasamento teórico foram identificadas espontaneamente pelos dois grupos, sendo que a forma de atuação através de projetos próprios e a de voluntariado interno são apenas conhecidas pelos componentes dos grupos, sem a experiência direta. As formas mais presentes nas organizações, têm sido a de parcerias e a de doações.

Quanto às parcerias, são percebidas pelas organizações um alinhamento entre a área de atuação da empresa e as causas pelas quais mantém interesse em realizar parcerias. Algumas empresas também já tem definidas previamente em que causas sociais ela irá ter atuação.

A forma de atuação através de doações, é percebida ainda como prática muito presente nas empresas. Porém, mesmo em empresas consideradas parceiras, se percebe que pode haver a redução ou interrupção do fluxo de financiamento por qualquer contratempo econômico. Não é uma ação planejada, não há compromisso com a continuidade.

Foram identificados pelos participantes, os três modelos de atuação das empresas quanto à estrutura, embora um tenha se apresentado como predominante. Este modelo é o da determinação de uma área específica dentro da estrutura da empresa para o desenvolvimento das ações sociais da empresa. Principalmente as áreas de Recursos Humanos e de Marketing.

Este ponto é ainda mais marcante na organização que desenvolve suas atividades na área da saúde, onde a área de maior relacionamento tem sido a área de Marketing das empresas parceiras.

Foi relatado que a visão de Responsabilidade Social se diferencia dentro das empresas, dependendo da área funcional. Isto acontece inclusive com a visão de Responsabilidade Social percebida nos voluntários.

Um ponto importante levantado pelas duas organizações pesquisadas é a legislação, tanto a legislação fiscal quanto a legislação restritiva ou impositiva. Foi apontado que, além de facilitar a captação de recur-

sos por parte das organizações sociais e criar as condições para a definição da atuação das empresas nas áreas social/ambiental, a legislação ajuda a desenvolver, mesmo que por vezes de forma forçada, uma conscientização que pode ser considerada de certa forma eficiente.

Esta mudança no nível de conscientização das empresas para com as causas sociais, seja causada pelas restrições ou imposições legais, sejam pela possibilidade da utilização de benefícios fiscais, tem criado facilidades/oportunidades para as organizações da Sociedade Civil.

Porém, foi salientado o equivocado receio de algumas empresas em associar sua marca a determinadas causas sociais temendo que essas causas possam levar a uma imagem negativa.

Nestes casos, cabe às organizações sociais o papel de desmistificação, de mostrar caminhos para o desenvolvimento de oportunidades às empresas que adotarem a causa. Para isso, e também para melhorar o processo de formação de parcerias e captação de recursos, a capacitação dos profissionais das organizações sociais tem se tornado um fator de extrema importância para essas organizações.

Este é um ponto importante. A aproximação entre as organizações da Sociedade Civil e as empresas tem provocado uma maior profissionalização dessas organizações.

Foi ainda identificado por um dos participantes da organização que desenvolve suas atividades na área da saúde que alguns de seus parceiros já identificaram a organização como fazendo parte de sua cadeia de valor.

Desde a década de 90 pode-se observar o aumento de participação das empresas no trabalho social. Como relatado por um integrante da organização que atua na área de saúde: "*... É que todo mundo fala disso e qualquer empresa que você vai, estão falando em responsabilidade social...*" e outro integrante corrobora: "*... Então é mesmo assim, vou falar que é uma bandeira, que o movimento social hoje é uma bandeira*".

Segundo o relato de uma das participantes da organização da área ambiental, a consciência social nasce do limite que já foi atingido. Um limite funcional, uma ruptura. A consciência social não é a coisa maravilhosa que aparenta ser, é uma necessidade.

A consciência empresarial está diretamente relacionada ao crescente amadurecimento da consciência da sociedade em relação à responsabilidade social. Como relatou uma integrante da organização que atua na área ambiental: "*... Então, hoje... a mudança de valores está sendo fortemente colocada. Como*

*ela está sendo transferida, como ela está sendo apropriada pelos vários grupos dos atores sociais...".*

Estas mudanças ocorreram mais intensamente no final da década de 90, e tem sido reduzida a sua intensidade nos últimos 4 anos. Foi apontado que uma evolução maior ocorreu nas empresas onde a atuação social está ligada à área de Recursos Humanos, apresentando porém uma evolução menor quando a área responsável pela atuação social é a área de Marketing por normalmente colocar esta atuação sob um aspecto diretamente comercial.

Conforme foi percebido, as empresas normalmente praticam suas ações sociais, dentro de sua área de atuação ou se associam a causas que lhe proporcionem mais visibilidade. Dentro dos grupos estudados, as empresas de destaque citadas foram organizações nacionais de grande porte e multinacionais, sendo que estas empresas têm a sua área de atuação relacionada de alguma forma com a causa social abraçada pelas organizações de terceiro setor estudadas.

Foi citado ainda que as Multinacionais e a mídia são as mais atuantes nestas parcerias. Como foi observado por uma integrante da organização ligada à saúde: "*... Vamos dizer as multinacionais ligadas à enfermidade, as outras não...*" E outra integrante contribui: "*... as empresas apóiam. Depois a mídia, que de uma forma ou de outra acaba divulgando nosso trabalho*".

Um ponto comum entre os integrantes dos dois grupos estudados, é que a responsabilidade social deve estar presente na formação do indivíduo. Como foi dito por uma integrante da organização da área de saúde: "*... A formação para despertar o interesse pela responsabilidade social deve ser desde a educação de base...*", e um ponto ainda mais fundamental citado por uma integrante da organização da área ambiental é que nós somos educados para sermos individualistas, Responsabilidade Social é coletivismo, se preocupar com os outros.

Assim, pelo que se percebe dos depoimentos dos dois grupos, a formação universitária, que é o final da linha, não conseguirá apresentar um resultado efetivo nesta área se não houver uma mudança no sistema educacional como um todo, tanto para a área social quanto para a área ambiental. Isto é reforçado pelo depoimento que diz que "*se a pessoa não pratica como pessoa, não vai praticar como empresa, ou vai apenas ficar no Marketing, na troca, no que gera visibilidade*".

Uma preocupação percebida nos componentes de ambos os grupos é que tanto nos cursos de graduação como nos de especialização, os professores e palestrantes deveriam ter experiência prática no terceiro setor para melhor explicar e despertar o aluno para esta realidade. Como foi observado por uma

integrante do grupo da organização da área da saúde: "*... É necessário sensibilizar o aluno à causa social...*".

Outro ponto de preocupação é com os estagiários que procuram desenvolver suas atividades em organizações sociais sem o conhecimento adequado das particularidades específicas das organizações da Sociedade Civil e de sua atuação. Essa falta de conhecimento tem ocasionado muitas vezes uma dificuldade em desenvolver um bom trabalho nestas organizações, resultando também em um trabalho acadêmico de qualidade não tão adequada.

Foi citado ainda que o processo de conscientização empresarial a partir dos novos graduados é um processo de longo prazo, pois mesmo que a Instituição de Ensino forme um profissional de ótimo nível, ele terá ainda que ensinar à empresa, pois as pessoas que estão na empresa, não passaram pela mesma formação.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi dito anteriormente, o objetivo deste trabalho foi de iniciar a identificação de como as organizações da Sociedade Civil que desenvolvem programas sociais percebem a Responsabilidade Social nas Empresas.

Foi também mencionado que como resultado deste levantamento, deveriam ser identificadas hipóteses que pudessem ser objeto de novos estudos no futuro.

Observou-se que na análise das opiniões, foram confirmadas as hipóteses inicialmente indicadas pela bibliografia, mas novas questões surgiram, tão importantes para a análise e pesquisa futura quanto às confirmadas. Dentre estas podemos indicar:

O primeiro ponto importante verificado foi que, dependendo da área dentro da empresa, a concepção sobre Responsabilidade Social será diferente e que estas diferenças afetam inclusive os projetos de voluntariado empresarial. Este aspecto também tem forte influência nas ações da empresa dependendo de onde estão alocadas as atividades sociais, se na área de RH ou na área de Marketing.

Outro ponto importante percebido é o do receio de algumas empresas associarem sua marca a algumas causas sociais por acreditarem que possam ocasionar impacto negativo junto aos seus públicos, obrigando as organizações da Sociedade Civil a desenvolver as estratégias que as empresas poderão se utilizar se adotarem estas causas.

Foi percebida também a crescente necessidade da profissionalização, ou melhor capacitação, dos

quadros das organizações da Sociedade Civil para conseguirem se manter no mercado.

Interessante a observação de um integrante de uma das organizações, sobre a identificação de um segmento de parceiros apontar a organização como fazendo parte da cadeia de valor destas empresas.

Quanto ao aspecto educacional, percebe-se que há uma certa descrença quanto aos resultados de uma atuação educacional apenas nos níveis universitários, pois conforme foi apontado por todos os integrantes da pesquisa, este assunto se inicia com a mudança cultural da ênfase no individualismo adotada pela sociedade ocidental e da abordagem da temática desde a educação de base.

Outro aspecto a ser considerado na formação profissional dos gestores das empresas, é a consistência da mensagem passada em virtude da experiência pessoal de professores ou palestrantes. Isto tem sido percebido por pelo menos uma das organizações pesquisadas em função do preparo inadequado dos estagiários que procuram a organização.

A Responsabilidade Social hoje não é mais considerada um modismo, pode-se observar claramente a atuação dos indivíduos, das empresas e das organizações da sociedade civil em prol da cidadania. Houve de fato um desenvolvimento da consciência dessa nova ética social, na medida em que a sociedade se engajou em programas sociais.

A ação social assume vários significados singulares. Para muitas pessoas representam um elo com a educação, saúde, lazer, dentre outros e a possibilidade de ajuda ao próximo através do trabalho voluntariado. Para as empresas têm representado desde a possibilidade de atendimento de suas obrigações legais até o desenvolvimento de ações sociais, passando ainda pelo aproveitamento de oportunidades de mercado.

Cada um desses atores tem um papel extremamente importante na busca da sociedade de erradicação de seus problemas sociais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALIGLERI, Lílian Mara; BORINELLI, Benilson. Responsabilidade Social nas Grandes Empresas da Região de Londrina. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração (25.: 2001, Campinas). **Anais ...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2001. 1 CD-ROM.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mario. Compromisso social no mundo dos negócios. In: IBASE, **Boletim. Orçamento e Democracia**. Ano 6, n. 11, fev.1999,

pg. 10 e 11. Disponível em ([www.balancosocial.org.br/biblioteca](http://www.balancosocial.org.br/biblioteca)). Acesso em 27 jul. 2003.

FERNANDES, Rubem César. **Privado porém Público – O Terceiro Setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Reluma Dumará, 2002.

FISHER, Rosa Maria; FALCONER, Andrés Pablo. **Voluntariado Empresarial – Estratégias de Empresas no Brasil**. Disponível ([www.icd.org.uy/mercosur/informes/2000/fisher1.html](http://www.icd.org.uy/mercosur/informes/2000/fisher1.html)). Acesso em: 28 jul. 2003.

GIOVINAZZO, Renata A. *Focus Group em Pesquisa Qualitativa – Fundamentos e Reflexões*. In: **Revista Álvares Penteado**, São Paulo, v. 2, n. 4, 2001. Disponível em ([www.fecap.br](http://www.fecap.br)). Acesso em 07 jul. 2003.

GRZYBOWSKI, Cândido. **Balanco Social: um convite à transparência das empresas**. Disponível em ([www.balancosocial.org.br/biblioteca](http://www.balancosocial.org.br/biblioteca)). Acesso em: 27 jul. 2003.

GUEDES, Rita de Cássia. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresariais: Conceitos Estratégicos para as Empresas Face a Globalização**. Disponível em ([www.icd.org.uy/mercosur](http://www.icd.org.uy/mercosur)). Acesso em: 28 jul. 2003.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial – A Administração do Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

\_\_\_\_\_. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa – O Caso Brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MENDES, Luiz Carlos Abreu. **Visitando o “Terceiro Setor”** (ou parte dele). Texto para discussão nº 647, Brasília: IPEA. Disponível em ([www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)). Acesso em: 29 maio. 2003.

MONTANA, Patrick; CHARNOV, Bruce. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 1998

QUEIROS, Ana Albuquerque. **Análise de dados Qualitativos – Análise de Conteúdo para Orientação dos Estudantes do Quarto Ano**. Disponível em ([www.anaqueiros.com/article.php3?id\\_article=41](http://www.anaqueiros.com/article.php3?id_article=41)). Acesso em: 27 jul. 2003.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Variações sobre a Técnica do Gravador no Registro da Informação Viva**. São Paulo: T. A. Queirós, 1991.

RIBEIRO, Maisa de Souza; LISBOA, Lázaro Plácido. **Balanco Social**. Disponível em ([www.balancosocial.org.br/biblioteca](http://www.balancosocial.org.br/biblioteca)). Acesso em: 27 jul. 2003.

SOUZA, Herbert de. **Balanco Social: voluntário ou obrigatório?** Disponível em ([www.balancosocial.org.br/biblioteca](http://www.balancosocial.org.br/biblioteca)). Acesso em 27 jul. 2003.

\_\_\_\_\_. **Empresa Pública e Cidadã**. Folha de São Paulo, 26.mar.1997. Disponível em ([www.balancosocial.org.br/biblioteca](http://www.balancosocial.org.br/biblioteca)). Acesso em: 27 jul. 2003b.