

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E INTERFACE COM ORGANIZAÇÕES NÃO-GOVERNAMENTAIS: UM ESTUDO DE CASO

Damaris Bastos de Oliveira¹; Francisco Cláudio Tavares²

Estudante do Curso de Administração de Empresas¹; e-mail: ddamariss@gmail.com
Professor da Universidade de Mogi das Cruzes²; e-mail: fclaudio@umc.com.br

Área do Conhecimento: Administração

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Organizações não Governamentais; Sociedade

INTRODUÇÃO

A apresentação de conceitos se faz necessária para acompanhar a linha de pensamento tecida pela pesquisa e perceber a importância da aplicação destes no dia-a-dia das empresas. Para Melo Neto & Froes (2001, p. 30-31) “Quando falamos de responsabilidade social estamos diante de duas situações contingenciais: a primeira refere-se à novidade do conceito; e a segunda, à amplitude e à natureza do tema”. Segundo os autores “Sendo novo o conceito, pois somente nos últimos dez anos começou a ser incorporado ao dia-a-dia das empresas no Brasil, responsabilidade social carece de uma definição mais precisa e amplamente aceita pelos profissionais da área e empresários”. Pela natureza e complexidade do tema, o *Instituto Business for Social Responsibility* (BSR) nos apresenta que “[...] embora ainda não exista uma definição unanimemente aceita para o termo responsabilidade social corporativa, a expressão se refere, de forma ampla, a decisões de negócios tomadas com base em valores éticos que incorporam as dimensões legais, o respeito pelas pessoas, comunidades e meio ambiente” (Business for Social Responsibility apud Machado Filho, 2006, p. 24). O Instituto Ethos (2008) aborda Responsabilidade Social decorrente “[...] da compreensão de que a ação empresarial deve, necessariamente, trazer benefícios para a sociedade, propiciar realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidores” de uma forma ampla, o que nos faz entender que o termo se refere aos compromissos que a empresa tem com seus clientes, fornecedores, funcionários, sociedade, meio ambiente e acionistas. Ashley afirma que as empresas têm compromissos morais para com a sociedade onde ela se insere, além daqueles previstos em lei, visando o desenvolvimento sustentável da região e do seu entorno. Define Responsabilidade Social como “[...] o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente de modo amplo e a alguma comunidade de modo específico, atingindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas com ela” (Ashley, 2002, p.6). Na visão de Karkotli e Aragão (2004), uma organização é socialmente responsável se responde por suas ações e se responsabiliza por ações na comunidade no seu entorno. Com isso percebemos que uma empresa “[...] é também um agente de transformação social, no sentido de que influencia e sofre influências dos atores da sociedade [...], qualquer organização, independentemente de tamanho, setor, atividade ou lugar, tem liberdade para se instalar (viver), se desenvolver e prosperar. Porém, tem em contrapartida a obrigação de atuar como co-responsável pelo desenvolvimento e bem-estar dos agentes do seu entorno” (Karkotli & Aragão, 2004).

p.45-46). Como as empresas não estavam preparadas para prover a sociedade de suas carências, muitas dessas encontram uma saída para desenvolver o bem social sem se especializar no assunto fornecendo recursos e/ou mão-de-obra voluntária para que outras instituições (ONGs) preparadas e especializadas nessa atividade, a exerçam de modo a atender os menos favorecidos. Pode-se afirmar que ONGs são Organizações não Governamentais sem fins lucrativos que atuam no campo do desenvolvimento econômico e social. Segundo Gouveia. (2001, p.21- 22) “No Brasil esse movimento começou a aparecer no final dos anos 1980 e vem crescendo consideravelmente até os dias de hoje.” As atividades referentes ao terceiro setor passaram a ser praticadas principalmente por ONGs [...] “que tornaram o trabalho sério, com objetivos bem definidos, estratégias administrativas, com o intuito de profissionalizar o trabalho” Esse trabalho profissional realizado pelas ONGs fica evidente quando verificamos que cada vez mais essas utilizam formas e estratégias de gestão empresarial modernas, utilizando técnicas financeiras, de marketing entre outras buscando a sustentabilidade. Esse trabalho profissional das ONGs é de extrema importância para auxiliar a sociedade nas mais variadas áreas de necessidade, e para as empresas é importantes pois essas não precisam se especializar em ajudar a sociedade, podem escolher uma ONG séria que demonstre resultados (Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado - DRE) verdadeiros e transparentes, atuando em uma área de interesse da empresa para colaborar financeiramente e, até mesmo, com mão-de-obra voluntária. Estabelecendo, portanto, uma relação simbiótica entre as ONGs e as empresas ambas empenhadas em praticas de Responsabilidade Social Corporativa atenuando as grandes diferenças sociais.

OBJETIVOS

Pesquisar o “estado da arte” relacionado à Responsabilidade Social Corporativa.

Pesquisar o “estado da arte” relacionado a Organizações não Governamentais.

Descrever a interface das organizações não-governamentais com a política de responsabilidade social corporativa. Apresentar estudo de caso que demonstre a relação entre Responsabilidade Social Corporativa e Organizações não Governamentais.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da pesquisa levantou-se o “estado da arte” contendo a os vários autores quanto às definições, conceitos e cronologia, buscando na trajetória histórica o eixo evolutivo que permitiu uma ampla percepção do tema. Este levantamento foi realizado em livros da Biblioteca UMC e adquiridos, revistas e sites especializados. Após a leitura do material selecionado procedeu-se aos resumos e a elaboração do texto e dos Relatórios.

Para o estudo de caso, contatamos a “ONG dos Pastorzinhos”, sediada em Santa Isabel – SP. Em contato com a administração, recebemos os relatórios de doações materiais de empresas que patrocinam os eventos da ONG e, em particular, para o nosso estudo, as atividades do dia das crianças, 12 de outubro de 2008.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Da simples ‘esmola’ à filantropia percebemos a trajetória que considerava o próximo menos favorecido como um dependente completo. Com o desenvolvimento da Revolução Industrial o emprego reduziria a pobreza generalizada. Com a Grande Depressão (1929), o Estado se fixa como o grande provedor das questões sociais. Contudo, com o passar do tempo, torna-se claro que o Estado não tem condições de promover o bem estar da sociedade e as empresas passam a desenvolver o que se chama

de Responsabilidade Social Corporativa estabelecendo um vínculo com as Organizações não Governamentais a fim de apoiá-las a promover o desenvolvimento dos menos favorecidos nas mais variadas áreas.

CONCLUSÕES

Através da pesquisa desenvolvida podemos concluir que o papel das empresas na responsabilidade social é real e crescente. As empresas estão sob pressão constante do Estado, dos sindicatos e dos clientes que, mais informados, exigem respeito social e ambiental no presente e para as futuras gerações. Vale salientar que as empresas que colaboram com as Organizações não Governamentais são de extrema importância para a realização de atividades, manutenção financeira e, muitas vezes, pessoal voluntário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

KARKOTLI, Gilson & ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade social: uma distribuição à gestão transformadora das organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade social empresarial**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

MELO NETO, Francisco Paula de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, Francisco Paula de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

AGRADECIMENTOS

A Elaine Sales, primeira-secretária da ONG Pastorzinhos” – Santa Isabel/SP.