

AS SEMELHANÇAS E DIVERGÊNCIAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE DUAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DA REDE SINODAL/RS

THE SIMILARITIES AND DIVERGENCES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A COMPARATIVE STUDY BETWEEN TWO HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF THE SINODAL/RS

Clarice Vepo do Nascimento Welter*

Roseli Bianchi**

Gabriela Cappellari***

Martinho Luis Kelm****

RESUMO

Responsabilidade Social Corporativa é um termo muito utilizado para demonstrar o envolvimento das empresas em programas sociais por meio de ações realizadas, tanto interna como externamente, ao âmbito organizacional. Essas ações, têm como base o compromisso ético com os seus colaboradores, fornecedores, familiares e a comunidade em geral. Embora tenha um enfoque ético e um olhar voltado para o desenvolvimento da comunidade local, pode ser comum existirem dificuldades na implementação de investimentos sociais por parte da iniciativa privada e que estejam vinculados às estratégias de negócio das organizações. Dessa forma, o objetivo do presente estudo é descrever e analisar as ações de responsabilidade social **de duas instituições de ensino que compõem a rede educacional Sinodal, localizadas na região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul**, para entender as semelhanças e divergências entre elas, bem como identificar se tais ações estão alinhadas com a estratégia de negócios da empresa. Trata-se de estudo multi-caso, de natureza exploratória e descritiva e de abordagem qualitativa. Os dados foram coletados mediante entrevistas semiestruturadas, realizadas com diretores das instituições e interpretados por intermédio da análise de conteúdo. Os principais resultados mostraram que as duas instituições praticam ações de RSE, tanto no âmbito externo quanto interno a empresa. As ações de ambas são voltadas para o desenvolvimento e empoderamento da sociedade, bem como voltadas para as questões ambientais, evidenciando a semelhança entre elas. Os programas e projetos implementados pelas IES estudadas, estão alinhadas com a missão e estratégias da organização.

Palavras chaves: Responsabilidade social corporativa. Estratégias de responsabilidade social. Instituições de ensino superior.

*Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). clarice_vepo@hotmail.com

**Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). roselibianchi87@gmail.com

***Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). gabriela.cplr@gmail.com

****Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). martinho@unijui.edu.br

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is a term widely used to demonstrate the involvement of companies in social programs through actions carried out, both internally and externally, at the organizational level. These actions are based on an ethical commitment to their employees, suppliers, family members and the community at large. Although it has an ethical focus and a focus on the development of the local community, it may be common to have difficulties in implementing social investments by the private sector and that are linked to the organizations' business strategies. Thus, the objective of the present study is to describe and analyze the social responsibility actions of two educational institutions that make up the educational network, Sinodal, located in the northwest region of the State of Rio Grande do Sul, to understand the Similarities and differences between them, as well as identifying if such actions are aligned with the company's business strategy. This is a multi-case study, exploratory and descriptive in nature, with a qualitative approach. Data were collected through semi-structured interviews, conducted with directors of institutions and interpreted through content analysis. The main results showed that both institutions practice CSR actions both externally and internally. The actions of both are focused on the development and empowerment of society, as well as focused on environmental issues, highlighting the similarity between them. The programs and projects implemented by HEIs are aligned with the organization's mission and strategies.

Keywords: Corporate social responsibility. Strategies of social responsibility. Institutions of higher education.

Introdução

Responsabilidade social corporativa (RSC) é um termo utilizado no mundo empresarial para mostrar a preocupação da empresa com seu ambiente de negócios, quadro de funcionários e demais *stakeholders*, sendo um tema muito debatido e difundido na gestão empresarial, fazendo parte das estratégias competitivas das empresas. É entendida como um movimento das empresas, especialmente as de grande porte, no sentido de conciliar desenvolvimento econômico com o aspecto socioambiental. Vem servindo de tema a grande quantidade de publicações, pesquisas, seminários, debates, reportagens e projetos, o que reflete o crescente interesse das empresas, acadêmicos e da sociedade em geral no assunto (ASHLEY, 2005).

É um tema relativamente recente que emergiu com maior evidência nos anos 90, mais especificamente nas duas últimas décadas, onde as empresas vêm tomando consciência de todas as partes que são impactadas por suas atividades, levando em consideração não apenas os interesses dos acionistas (*shareholders*), mas de todas as partes envolvidas no processo produtivo (*stakeholders*) (SILVA et al., 2012). De lá para

cá, essa expressão tem sido muito utilizada para demonstrar o envolvimento das empresas em programas sociais por meio de ações realizadas, tanto interna como externamente ao âmbito organizacional. Essas ações, têm como base o compromisso ético com os seus colaboradores, fornecedores, familiares e comunidade em geral. Não é sinônimo de filantropia ou assistencialismo. Trata-se de um processo contínuo e de melhoria da empresa na sua relação com seus funcionários, comunidades e parceiros. A responsabilidade social pode ser usada para agregar valor à marca buscando uma boa reputação perante a sociedade e vantagem competitiva para as organizações.

A RSE é a 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 (ETHOS, 2007). Implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligados a ela, a partir de um relacionamento ético e transparente. Apesar de a implementação dessas práticas ser ainda um desafio para as empresas, muitas delas têm alcançado resultados significativos nesse sentido (ETHOS, 2007).

Nesse contexto, a RSC também faz parte das atribuições das Instituições de ensino superior (IES) devido o papel que desempenham perante a sociedade, sendo responsáveis pela formação de profissionais qualificados para o mercado de trabalho, bem como formar cidadãos de bem, preocupados com o ambiente e sociedade que estão inseridos. Instituições de Educação Superior (IES) responsáveis são aquelas que se ocupam e se preocupam com o desenvolvimento das pessoas com as quais interagem, com suas relações entre si e com o meio ambiente e, também, com o mercado de trabalho e com as comunidades globais.

Devido à crescente preocupação com o tema Responsabilidade social corporativa, somada ao cenário organizacional universitário voltado a consciência social e ambiental, é relevante entender se as instituições de ensino superior incorporam a responsabilidade social em suas estratégias e se as ações praticadas por elas estão alinhadas com o seu negócio.

Portanto, o objetivo principal deste estudo é descrever e analisar as ações de responsabilidade social **de duas instituições de ensino que compõem a rede educacional Sinodal, localizadas na região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, para entender as**

semelhanças e divergências entre elas, bem como identificar se tais ações estão alinhadas com a estratégia de negócios da empresa.

Os resultados do estudo são apresentados em quatro partes, além desta introdução. Na primeira parte apresenta-se o quadro teórico que sustentou o presente estudo, na segunda parte são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na investigação empírica, a qual se segue da terceira parte de apresentação e discussão dos resultados. Por fim, apresentam-se as conclusões do estudo.

1 Referencial Teórico

1.1 Explorando o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

O movimento pela Responsabilidade social teve início na Europa, na década de 70, quando a sociedade começou a cobrar atitudes conscientes por parte das organizações. No Brasil, a proposta de responsabilidade social emergiu a partir da constituição de 1988, que enfocou mais significativamente o respeito pelos direitos dos cidadãos, sendo que algumas empresas se sensibilizaram pela questão. Na década de 90, o movimento se intensificou pela ação de organizações não governamentais (ONGs) e da iniciativa privada (SILVA et al., 2012).

Tenório (2006) defende que o surgimento da responsabilidade social pode ser vista a partir de dois temas ligados ao capitalismo: a sociedade industrial e pós-industrial. O autor define a sociedade industrial como o período que se iniciou com a revolução industrial da Inglaterra, no século XVIII, na qual predominava uma sociedade mais voltada pelo uso da razão em contraposição a um pensamento mais emotivo e religioso, ficando em segundo plano as questões sociais e ambientais. Nessa ideologia, o papel do estado era ser responsável pelas ações sociais, enquanto que as empresas deveriam preocupar-se em buscar a maximização do lucro, geração de emprego e pagamento de impostos, sendo esse considerado a principal contribuição social das empresas. A RS estava intrínseca ao ato filantrópico, que inicialmente tinha um caráter pessoal, ao qual empresários faziam doações de forma individual. Posteriormente, com as pressões e influências da sociedade, as ações de filantropia passaram a serem promovidas pelas empresas, dando início à inclusão da temática social na gestão empresarial.

Foi a partir deste momento que a sociedade percebeu a sua força de mobilização e começou a pressionar o governo e empresas para solucionarem os problemas gerados pela industrialização. E assim, o conceito de RSE passou a ter um novo sentido para as

empresas. Além da capacidade de gerar lucros, criar empregos e pagamento de impostos, passou a ser uma forma de cumprir com as obrigações legais referente às questões trabalhistas e ambientais (TENÓRIO, 2006). Ainda dentro desta análise, esse mesmo autor trata o termo pós-industrial como sendo o período entendido da década de 50 até os dias atuais, onde o ser humano passa a ser valorizado e há uma preocupação com a qualidade de vida, o respeito ao meio ambiente e a valorização das ações sociais, tanto das empresas quanto dos indivíduos. Eis que esse novo pensamento passa ser a base para o atual conceito de RSE.

O debate sobre RSC engloba várias definições sob diferentes pontos de vistas. Para Friedman (1970) há apenas uma responsabilidade social para as empresas, a de utilizar seus recursos e exercer suas atividades de modo a aumentar os seus lucros, desde que elas permaneçam dentro das regras do jogo. Ou seja, dentro da lei, a única responsabilidade da empresa é remunerar e capitalizar o investidor. Segundo Steger (2004 apud MATIAS, 2015), os economistas têm acreditado desde Adam Smith, que o intuito das empresas não é o de promover o bem comum, mas sim o de conhecer as necessidades de mercado a fim de obter lucros. Na visão desse autor, não se deve esperar que as empresas comportem-se de uma maneira que não irá beneficia-las. Se não houver nenhuma lógica econômica em seus atos, as empresas estariam violando a sua missão básica de gerar lucros e crescimento financeiro.

Outros autores, entendem que o tema é muito mais que isso. Matias (2015) defende que RSC equivale à ideia de que os agentes de governança devem zelar pela sustentabilidade das organizações, visando a sua longa duração e incorporando considerações de ordem social e ambiental na definição de seus negócios. Daher (2006) apresenta um conceito ditado pela *Business for Social Responsibility (BSR)*, essa organização norte americana caracteriza RSC como algo de um sentido mais abrangente, relacionado à tomada de decisão nos negócios, tendo como base valores éticos que contemplem uma perspectiva de respeito e concordância a valores legais, comunidades, indivíduos e meio ambiente. Martins (2008) apregoa que a responsabilidade social e ambiental, empresarial ou corporativa, pode ser descrita como uma nova forma de gerir e administrar os negócios, gerando maior valor para a empresa e *stakeholders*, e, também, para a sociedade em geral, a partir da implantação de uma postura ética, e cuidados, da responsabilidade com os diferentes níveis de relacionamento, nas redes em que essa empresa esteja inserida.

Melo Neto e Froes (2001) apresentam os principais vetores da RS em uma empresa: apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua; preservação do meio ambiente; investimentos no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável; comunicações transparentes; retorno aos acionistas; sinergia com os parceiros; e satisfação dos clientes e/ou consumidores. Na visão dos autores, esses vetores direcionam o processo de gestão empresarial para o fortalecimento da dimensão social da empresa.

Diante dos conceitos até aqui apresentados entende-se que a RSC é uma forma de administrar a empresa tendo em vista os objetivos econômicos da mesma, compatibilizando estes com os possíveis impactos sociais e ambientais, implicando um sentido de obrigação para com a sociedade. As empresas devem ter consciência e reconhecer a influência que exercem sobre o ambiente em que estão inseridas, preocupando-se com a sociedade em geral para que dessa forma possam sobreviver no mercado, onde os consumidores estão cada vez mais consciente do papel que as empresas devem desempenhar.

Alguns fatores tem impulsionado as empresas brasileiras na ampliação do conceito de responsabilidade social e conseqüentemente, na mudança de suas ações, sendo os seguintes: enormes carências sociais do país, crescente grau de organização de nossa sociedade e especialmente do terceiro setor, a ação social dos concorrentes, a divulgação crescente dos meios de comunicação sobre as ações sociais das empresas e o crescimento das expectativas das comunidades e dos funcionários sobre o engajamento social empresarial (MELO NETO; FROES, 2001).

1.2 Responsabilidade social empresarial como estratégia

O crescimento das ações de RSE em todo o mundo e no Brasil é um reflexo do crescente tratamento estratégico conferido ao tema, dada a incorporação do conceito de *stakeholder* à literatura de RSE. Essa noção possibilita associar questões sociais às estratégias das empresas e ampliar uma perspectiva estritamente econômico-financeira para uma que considere questões sociopolíticas (SAUERBRONN; SAUERBRONN, 2011)

A responsabilidade social empresarial, assumida de forma consciente e inteligente pela empresa, pode contribuir de forma decisiva para a sustentabilidade e o desempenho empresarial (MELO NETO; FROES, 2001). Partindo do pressuposto que é uma

conscientização de atuação das empresas, é possível tornar a Responsabilidade Social Empresarial como estratégia de gestão, entendida neste processo como um alinhamento contínuo, onde a gestão de uma empresa ao modo socialmente responsável implica tomar decisões políticas de implementar programas, projetos e ações que melhoram a vida das pessoas que são afetadas pelas atividades da empresa e colocar em prática valores éticos, códigos de conduta e declarações de princípio.

No início da década de 80, surge a abordagem estratégica da RSE, representada pela gestão de temas sociais. O foco principal dessa abordagem é a produção de ferramentas de gestão que sejam capazes de melhorar o desempenho social e ético das empresas. A ênfase está, quase sempre, no aproveitamento de oportunidades e na minimização de riscos, por meio da identificação e resposta a questões de cunho ético e social que podem causar impacto à empresa (FARIA; SAUERBRONN, 2008). Por volta dos anos 2000, ganhou força o que Laville chama de responsabilidade social 2.0, que se caracteriza por incorporar verdadeiramente a estratégia da empresa e ao seu modelo econômico, uma abordagem voltada não mais para a prevenção dos riscos ambientais e de imagem, mas para oportunidades de mercado ligadas ao fornecimento de soluções sociais e ambientais (MATIAS, 2015).

O debate sobre o conteúdo e extensão da RSC nos negócios foi intenso no sentido de contrapor lucratividade e responsabilidade social, dando origem a estudos sobre se as empresas socialmente responsáveis eram também lucrativas. A relação entre desempenho financeiro e desempenho social é complexa, e os estudos realizados apresentam conclusões contraditórias (BORGER, 2001). Borger (2001), apontou que algumas pesquisas de dados aplicaram técnicas estatísticas para investigar a relação entre o desempenho social e o desempenho financeiro, reputação e rentabilidade das empresas. A investigação dessa relação tem resultados mistos, foi positiva para alguns e negativa para outros ou não foi encontrada correlação significativa.

Melo Neto e Froes (2001), apregoam que a partir do momento que as ações praticadas pela empresa criam um clima de maior simpatia para sua imagem, ela deixa de ser vista como vilã, responsável pela prática de preços abusivos, demissões e fonte geradora de lucros exorbitantes e responsável em muitos casos pela depreciação do meio ambiente, e passa a ser vista como uma empresa-cidadã, que se traduz em uma imagem corporativa de consciência social comprometida com a busca de soluções para os graves problemas sociais.

No entanto, é considerável fazer uma análise das possíveis motivações para as empresas atuarem de forma sustentável, que segundo Tenório (2006) podem ser contextualizados por 3 razões: a primeira delas pode ser por pressões externas, que podem estar relacionadas às legislações, às exigências dos consumidores ou às reivindicações da comunidade afetada pelas atividades da empresa; a segunda pode ser por formas instrumentais que está intrínseca a algum benefício ou vantagem que a empresa possa ter, seja o aumento de preferência do consumidor ou pela redução de impostos por parte do governo; e a terceira razão é quando a empresa é motivada por questões de princípios, e está motivação em particular, reduz o risco de descontinuidade dos investimentos sociais, pois, esses valores estão inseridos na cultura da empresa, orientando todas as suas ações e norteando as relações com fornecedores, clientes, governo, acionistas, meio ambiente, comunidades, entre outros.

Embora a RSC seja considerada uma estratégia mercadológica utilizada como instrumento para o aumento da competitividade, permite, ao mesmo tempo, um maior engajamento da empresa com a comunidade local. A ideia é a de que as ações de RSC não são fatos isolados, mas que fazem parte da missão e da visão da empresa (ABREU, 2010). Daher (2006) afirma que a RSC se fundamenta em estratégias voltadas a orientar as ações das empresas em consonância com as necessidades sociais, de modo que a empresa garanta, além do lucro e da satisfação de seus clientes, o bem-estar da sociedade, assim como a agregação de valor aos negócios, em virtude da melhoria de sua imagem reputacional.

Portanto, quando há uma motivação intrínseca na cultura da organização, significa que a empresa está consciente dos impactos de suas decisões e atividades sobre a sociedade, que reconhece o seu papel como agente social responsável e irá se interessar igualmente em disseminá-la em sua cadeia produtiva, promovendo assim o desenvolvimento da cidadania como um todo, consolidando os benefícios econômicos, sociais e ambientais, proporcionando o desenvolvimento sustentado.

Melo Neto e Froes (2001), apresentam uma relação dos principais benefícios decorrentes das ações sociais das empresas, sendo elas: ganhos de imagem; popularidade dos seus dirigentes, maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros; melhor relacionamento com o governo; maior disposição dos fornecedores, distribuidores, representantes em realizar parcerias com a empresa; maiores vantagens competitivas (marca mais forte e mais conhecida, produtos mais conhecidos); maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidade de novos clientes.

A Responsabilidade Social Empresarial pode ser um agente proporcionador de grandes benefícios aos gestores, aos colaboradores e conseqüentemente à própria organização, porque dá sentido e coerência ao seu trabalho. Grande maioria das empresas que adotam a postura socialmente responsável auferem um crescimento mais sustentável, pois, as pessoas envolvidas sentem-se bem porque agem de acordo com seus princípios e valores, aumentando assim a autoestima delas, e para as organizações. É o uso da cidadania empresarial como vantagem competitiva. Pode-se concluir então que as motivações das empresas para praticarem RSC estão relacionadas ao conceito de estratégia cujo foco está fora da empresa.

1.3 Responsabilidade social em IES

As Instituições de Ensino Superior são vistas, hoje, como empresas privadas, inseridas num mercado altamente competitivo, tendo que lançar mão de estratégias mercadológicas para sobreviver e ter chances de poder assegurar uma boa posição no mercado acadêmico (ABREU, 2010). Com o intuito de se manterem competitivas as IES estão abraçando a causa da Responsabilidade social como uma estratégia empresarial, incorporando esse conceito em seu modelo de negócio.

As IES por serem propulsoras de conhecimento e de formação de profissionais não apenas competentes, mas também conscientes de suas responsabilidades perante a sociedade e ambiente, a sua contribuição com a responsabilidade social torna-se mais evidente. Além do papel de formar bons profissionais, as IES devem preocupar-se em oferecer ao mercado um profissional mais preparado para resolver problemas sociais. Calderón (2005) comenta que a responsabilidade social da universidade deve ser entendida como os deveres que a universidade tem para com o equacionamento aos graves problemas sociais do País e de seus entornos territoriais. Ou seja, as IES têm um papel importante na tentativa de solucionar os problemas sociais e ambientais do seu meio. De acordo com o autor supracitado, a busca de soluções para os problemas sociais não é um compromisso que a universidade pode cumprir ou deixar de cumprir. Trata-se de uma obrigação da universidade. E se uma IES não cumpre sua obrigação, torna-se uma instituição socialmente irresponsável.

Neste sentido é importante aproximar a universidade da comunidade onde ela está inserida, fazendo-a usufruir, de forma indireta, do conhecimento que está sendo adquirido pela população que tem acesso ao nível superior acadêmico, e fez com que as IES

desenvolvessem ações incluindo as comunidades, por vezes carentes, que vivem no entorno dessas instituições (ABREU, 2010). O ensino tem de ser socialmente responsável. A pesquisa tem de ser socialmente responsável. Não se trata de um compromisso para o futuro. Trata-se de uma obrigação para o hoje e não mais uma promessa para o amanhã (CALDERÓN, 2005)

Sendo assim, as IES devem estar conectadas com as necessidades da comunidade local em que está inserida com o objetivo de formar alunos éticos e responsáveis com os problemas sociais e ambientais.

2 Metodologia

O propósito principal deste estudo limitou-se a descrever e analisar as ações de responsabilidade social de duas instituições de ensino que compõem a rede educacional Sinodal, localizadas na região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, para entender as semelhanças e divergências entre elas, bem como identificar se tais ações estão alinhadas com a estratégia de negócios da empresa. Foram escolhidas estas instituições pelo fato de serem da mesma rede de ensino e por estarem geograficamente próximas, bem como são instituições que colaboram para o desenvolvimento local e regional.

Quanto aos aspectos metodológicos, configura-se como um estudo multi-caso, de abordagem qualitativa (YIN, 2001; TRIVIÑOS, 1987) e de natureza exploratória e descritiva, pois tem por objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos (GIL, 2002). Quanto ao método trata-se do fenomenológico pelo fato de que se vai analisar as ações de responsabilidade social, com base nas ações já realizadas, apenas analisando as semelhanças e divergências entre elas.

A pesquisa baseou-se em dados primários e secundários. Os dados primários foram obtidos através das entrevistas semiestruturadas, realizadas com os diretores das instituições e responsáveis pela RSC. As questões trataram das ações desenvolvidas pelas instituições, se tais ações estariam alinhadas com o negócio da empresa, a motivação para realizar ações de RS, dentre outras, para que assim pudesse ser identificado as semelhanças e divergências entre elas. Os dados secundários foram obtidos por meio de documentos disponibilizados pela empresa e pesquisas na página eletrônica das instituições. Para a análise e interpretação dos dados foram utilizadas as técnicas da análise de conteúdo (BARDIN, 1995).

3 Apresentação e análise dos resultados

3.1 Caso A

3.1.1 Informações básicas

A Sociedade Educacional Três de Maio é uma instituição educacional, com mais de 90 anos de existência, que tem por finalidade propugnar pela formação cívica, moral, cultural, religiosa, artística, literária e científica do povo brasileiro, organizando, auxiliando ou instalando, dentro de suas possibilidades e sem finalidades lucrativas, instituições assistenciais, culturais, filantrópicas e educacionais com cursos de Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio, Educação Profissional de Nível Básico, Técnico e Tecnológico e Ensino Superior” (Art. 2º do Estatuto Social). A instituição atualmente conta com mais de 320 colaboradores, entre professores e funcionários, e mais de 2,5 mil estudantes.

A Instituição A representa o elo entre a família, a escola e a sociedade, estando comprometida em oferecer às crianças, aos adolescentes e aos adultos, educação de qualidade, contextualizada, aberta às transformações sociais, culturais, científicas e tecnológicas, propiciando o desenvolvimento da sociedade local e regional, tendo como missão a de "Promover a sabedoria, alicerçado em valores Cristãos".

3.1.2 As atividades de Responsabilidade Social da Instituição A

A Instituição A, por ser uma instituição filantrópica e comunitária, sempre teve suas ações voltadas para a sua região de abrangência. Dessa forma, tanto seu negócio principal, que é a educação, quanto os projetos de responsabilidade social, buscam contribuir para o desenvolvimento dessa região. Essa visão da instituição vem de encontro com a colocação de Calderón (2005), onde o autor afirma que a responsabilidade social da universidade deve ser entendida como os deveres que ela tem para a minimização dos graves problemas sociais do país e de seus entornos territoriais. Assim sendo, a presente Instituição desenvolve ações de RS tanto no âmbito externo quanto interno a organização.

Ações de RS externas

O exercício da RS externa corresponde ao desenvolvimento de ações sociais empresariais que beneficiem a comunidade. Estas ações podem ser realizadas por meio de doações, dos programas e projetos que desenvolvem, das parcerias com o governo,

ONGs e sociedade civil em diversos programas de projeto sociais e dos programas de voluntariado das quais participam seus empregados e demais parceiros (MELO NETO; FROES, 2001). Abaixo estão relacionadas as ações externas da instituição:

Concessão de Bolsas sociais parciais e integrais de assistência social

São disponibilizadas para os estudantes e famílias com menor poder aquisitivo, para crianças, jovens e adultos em situação de vulnerabilidade e risco social, de 50% e 100%, conforme a situação e carência do aluno nos diferentes cursos da Instituição. Busca assim, promover a informação e a educação para o trabalho e a vida. O objetivo desse projeto social é promover a inclusão de crianças, jovens e adultos em situação de vulnerabilidade e risco social, através de bolsas de assistência social.

Programa de Inclusão Digital

O Programa de Inclusão Digital oferecido pela Instituição A, proporciona a crianças, jovens e adultos carentes a realização de cursos de informática, criando melhores condições de preparação e colocação no mercado de trabalho. Desde a sua implementação no ano 2000, realizou um trabalho significativo possibilitando a inúmeras pessoas o contato com o mundo da informática pela primeira vez. O programa nasceu da ideia de sistematizar as ações sociais comunitárias que a área de informática vinha desenvolvendo ao longo dos anos. Os alunos, no final do curso, recebem o certificado de conclusão, sendo para isso necessário a participação em pelo menos 75% das aulas. O objetivo do programa é promover a informação e a educação para o trabalho.

Programa Telecentro Cidadão

O programa Telecentro Cidadão é um espaço aberto à comunidade para que todos acessem à Internet e softwares gratuitamente, com o objetivo de integrar o público na era da informação. Este programa é em parceria com a Prefeitura Municipal, onde estes cedem a infraestrutura e os equipamentos e a Instituição disponibiliza alunos do curso técnico em informática para facilitar o curso de informática básica, monitorar e auxiliar os munícipes que frequentam o espaço.

Projeto cultivando o futuro

O projeto cultivando o futuro tem por objetivo desenvolver atividades com jovens para que estes possam conhecer as potencialidades de diversas áreas profissionais do mercado de trabalho, conduzindo-os a despertar o desejo de planejar a sua vida e o seu futuro. O público alvo são os jovens que estão frequentando as 8ª (oitavas) séries do meio urbano e rural das Escolas Públicas de 5 municípios (Tucunduva, Alegria, Dr. Maurício Cardoso, Independência, São José do Inhacorá) além de escolas do município de Três de Maio, de forma gratuita, incentivando estes alunos a promover a sua integração à vida comunitária.

Campanhas

As campanhas de doação de sangue, arrecadação de agasalhos, brinquedos, alimentos, produtos de higiene e limpeza, são divulgadas e mobilizadas com o público interno (colaboradores e alunos) e posterior a coleta, destinado a entidades beneficentes previamente definidas. O objetivo destas campanhas é de despertar o espírito da solidariedade, em preocupar-se com o outro.

A campanha de redução do consumo de energia e de preservação ambiental, como separação seletiva de resíduos e compostagem tem por objetivo principal a conscientização para a redução de consumo e o impacto negativo no meio ambiente. E todo esse conhecimento adquirido internamente na instituição, podem ser praticados nos ambientes externos.

Dias de Campo

A instituição promove Dias de Campo de Culturas de Inverno, Milho e Girassol, de Culturas de Verão, Pecuária, Floricultura e de Horticultura para pequenos agricultores carentes. O projeto foca nas culturas agrícolas que tem maior ênfase na região, voltados aos pequenos agricultores, com o intuito de atualizá-los sobre as novas tecnologias, aumentando sua produtividade e incrementando sua renda. O objetivo desta ação social é promover a educação agropecuária, disseminando e atualizando o pequeno agricultor da região.

Tanto o programa de inclusão digital, quanto o dia de campo, já têm mais de 10 anos de atividades, e sua implantação e desenvolvimento são planejados e avaliados com todos os envolvidos, além de registrados com listas de presenças, atas e fotografias, e divulgados na mídia, de acordo com sua conveniência.

Através destas ações realizadas pela Instituição, é possível verificar que ela está gerenciando de forma eficiente suas ações de RS para o público externo, cumprindo seu objetivo de promover a qualidade de vida dos envolvidos no processo educativo. Essa visão pode ser confirmada pela seguinte afirmação da Instituição: Uma instituição comunitária, pública na sua essência, só tem razão de existir se estiver a serviço da sociedade à qual está inserida. Este compromisso, no caso da Instituição, é ampliado por sua característica Cristã, conceito que permeia o conjunto de todas as suas ações.

Ações de RS Interna

Na visão de Melo Neto e Froes (2001), a Responsabilidade social interna é voltada para o público interno com ênfase nas áreas de educação, salários e benefícios. O objetivo é obter maior retorno de produtividade e para os acionistas. Neste âmbito, predominam os programas de recursos humanos (participação nos lucros, treinamento e desenvolvimento, capacitação, segurança no trabalho, remuneração, benefícios, etc.) e os planos de previdência complementar. Abaixo estão apresentadas as ações de RS interna da instituição:

A instituição tem como prática incentivar a busca pela educação em seus colaboradores, oportunizando desconto nas mensalidades dos cursos oferecidos pela instituição para aqueles que tem interesse em fazer um curso técnico, graduação ou especialização, como também oferecem desconto nas mensalidades dos funcionários que tenham filhos estudando na instituição. Além de incentivar os estudos, oportunizam aperfeiçoamento profissional através de treinamentos e capacitações para desenvolver as habilidades e conhecimentos técnicos.

Quanto ao âmbito do trabalho, segue as normas da segurança no trabalho, sendo o local adequado e seguro para que todos possam desempenhar as suas funções.

A remuneração está de acordo com o que é praticado no mercado de trabalho e, em complemento, há os benefícios de plano de saúde e encargos sociais.

A instituição tem espaço recreativos e sociais que estão à disposição de seus colaboradores sem custos, podendo ser usufruído por estes e seus familiares.

3.1.3 Relação das ações com a estratégia de negócios da empresa

Os projetos e programas sociais estão alinhados através da sua missão, que é “Promover a sabedoria, alicerçado em valores cristãos”, ou seja, vai além do fazer pedagógico da sua atividade principal, que é a educação. Não busca-se apenas formar profissionais, mas sim, cidadãos preocupados com a questão socioambiental, afirma o diretor. O diretor da instituição, ao ser questionado se através das ações de RS da instituição é possível garantir vantagem competitiva para a Instituição, respondeu que as ações da mesma, não são praticadas com esse intuito. Essa afirmação corrobora com a ideia de Tenório (2006), quando o autor apresenta a terceira razão para uma empresa praticar RS, que é quando a empresa é motivada por questões de princípios, reduzindo o risco de descontinuidade dos investimentos sociais, pois, esses valores estão inseridos na cultura da empresa, orientando as suas ações e norteando as relações com fornecedores, clientes, governo, acionistas, meio ambiente, comunidades, entre outros.

A motivação da empresa para praticar ações de RS, é decorrente do perfil da Instituição, a qual surgiu a partir das demandas da sua comunidade, e cresceu e se desenvolveu buscando contribuir com a melhoria da qualidade de vida da região de abrangência, não apenas com a oferta de opções educacionais, mas também, empoderando os menos favorecidos.

Portanto a Instituição alinha suas ações de RS com as estratégia e missão da empresa, prestando a comunidade um serviço educacional de qualidade, bem como desenvolvendo ações que propiciam o desenvolvimento e capacitação da comunidade em geral.

3.2 CASO B

3.2.1 Informações básicas

A Instituição B é uma instituição comunitária de ensino superior pertencente à Rede Sinodal de Educação, instituída oficialmente em 24 de julho de 2001, a partir de um projeto proposto pelo tradicional CFJL – Centro Tecnológico Frederico Jorge Logemann, com 82 anos de atuação na educação em Horizontina, no Rio Grande do Sul.

Com 15 anos de atuação, a presente Instituição visa promover a transformação de vidas e realidades por meio da construção dos saberes, valores cristãos e formação

acadêmica, com visão crítica, sistêmica, inovadora e empreendedora, sempre a serviço da comunidade.

Em sua atuação com responsabilidade social, ambiental e econômica, a Instituição estimula a inovação, o empreendedorismo e a sustentabilidade, desenvolvendo talentos na prática da educação luterana, equilibrando conhecimentos, habilidades e atitudes. Projetos de aumento da competitividade das organizações e desenvolvimento dos municípios de onde vem o maior número de estudantes estão ganhando destaque, como os Seminários de Inovação e Empreendedorismo, o Ambiente Empreendedor, o Desenvolvimento de Negócios de base tecnológica, dentre outros.

Tem por missão, promover a formação acadêmica e tecnológica, habilitando e qualificando profissionais éticos, com visão crítica, sistêmica, interativa e empreendedora, para servir na comunidade.

3.2.2 As atividades de Responsabilidade Social da Instituição B

Na presente Instituição há o entendimento de que a responsabilidade social e a responsabilidade ambiental devem ser desenvolvidas de forma conjunta, envolvendo diferentes ações, considerando o alto impacto que as ações ambientais têm na qualidade de vida das pessoas e por conseguinte, na responsabilidade social. Esse entendimento da Instituição está alinhado com a colocação de Ashe (2005), pois a autora entende que a RSE é o movimento das empresas, no sentido de conciliar desenvolvimento econômico com o aspecto social e ambiental. Assim sendo, a Instituição desenvolve ações de RS tanto no âmbito externo quanto interno a organização.

Ações de RS externas

Projeto de Revitalização de área de estacionamento do Campus

O projeto de Revitalização de área de estacionamento do Campus da Instituição busca melhorar o acesso e o embelezamento da área de estacionamento do campus da Instituição que é utilizado principalmente em eventos realizados no Parque Municipal João de Oliveira Borges pela Prefeitura Municipal, Jeep Clube de Horizontina e outras organizações.

Projeto Trilha Ecológica

O Projeto da Trilha Ecológica contempla estudantes de toda a rede educandária do município bem como a comunidade em geral proporcionando uma releitura do ambiente e a sensibilização quanto a importância da preservação de nosso meio ambiente, assim como, oferece espaços de troca, relatos de informações, buscando efetivar o desenvolvimento de atitudes ambientalmente corretas.

Projeto do Biodigestor

Os projetos do Biodigestor e de Agroecologia beneficiam diretamente os agricultores que buscam uma forma de viabilizar economicamente sua produção, permitindo, assim, um padrão de vida melhor no campo e de forma indireta toda a comunidade que irá se beneficiar com a diminuição da poluição da água e do solo.

Fundação Capacitar

A Fundação Capacitar está com 10 anos de existência e foi instituída por um empresário, egresso da instituição, com o apoio de professores e técnicos da Instituição, para financiar estudos de graduação de pessoas carentes do município e região, que recebem ainda, orientação de mentores que orientam a carreira acadêmica. O fundo foi constituído inicialmente pela doação do instituidor e hoje se mantém com novas doações e com a devolução dos valores recebidos pelos estudantes depois de formados.

Projeto 5S's e Sistema Lean Manufacturing

É um projeto de consultoria junto com as empresas do município e região. O objetivo deste projeto é de desenvolver um modelo de Gestão Ambiental, adaptado à realidade de uma IES de pequeno porte, destacando as diretrizes ambientais com a identificação de economias através do melhoramento da produtividade e da redução no consumo de energia, água e materiais de expediente estabelecendo assim a conformidades com a legislação ambiental; reduzindo os riscos de gerar passivos ambientais, criando oportunidades de pesquisa de toda a comunidade acadêmica.

APL Leite Noroeste

Arranjo Produtivo Local para o desenvolvimento da cadeia do leite na região noroeste do Rio Grande do Sul, é uma iniciativa de várias entidades, onde a presente Instituição participa ativamente, com elaboração de projetos, pesquisas e estruturação de ações que buscam o aumento da qualidade e da produtividade do leite produzido na região, com impacto direto na renda e na qualidade de trabalho dos trabalhadores rurais.

Campanhas

A instituição mobiliza os seus colaboradores e alunos a desenvolver o espírito de solidariedade através de campanhas de doação de sangue, arrecadação de agasalhos, brinquedos, alimentos, produtos de higiene e limpeza. Bem como desenvolvem campanhas voltadas para questões ambientais, objetivando a redução do consumo de energia e água, e conseqüentemente, a preservação ambiental.

Apoio a projetos sociais

A Instituição apoia a ONG local Global Communities, cedendo a infraestrutura e certificando os líderes comunitários que realizam o curso de extensão em Gestão Comunitária Participativa, aperfeiçoando assim, o aumento das capacidades em gestão para que estes líderes possam atuar em seus bairros e desenvolvimento a comunidade como um todo.

Incentivo ao voluntariado

É incentivado que colaboradores e alunos participem dos projetos de voluntariado realizados internamente na instituição, bem como incentivados para que participem da ONG Voluntários Horizontina, atuando como voluntários em projetos sociais na comunidade.

Ações de RS interna

As atividades de RS interna da instituição têm por objetivo oportunizar aos seus colaboradores um ambiente de trabalho que lhes proporcione qualidade de vida. Para isso, a instituição dispõe de um ambiente de trabalho apropriado e com recursos necessários para que seus colaboradores desempenhem as suas atividades.

Para manter os seus colaboradores motivados, tem uma política de remuneração compatível com o mercado de trabalho, bem como um plano de carreira. Alguns dos benefícios extra é o plano de saúde e previdência complementar. Referente ao incentivo à educação, a instituição incentiva a busca contínua pelo desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores e familiares. Oportunizando descontos nas mensalidades em qualquer modalidade de ensino junto à instituição. A instituição também tem a prática de promover atividades festivas para momentos de comemoração com os seus colaboradores.

3.2.3 Relação das ações com a estratégia de negócios da empresa

O negócio da Instituição está definido como “Transformar vidas e realidades por meio da educação.” Entende-se que as ações socioambientais realizadas e planejadas tem um impacto cada vez maior na vida de professores, técnicos e estudantes que as organizam e realizam, considerando o papel na constituição do espírito colaborativo, assim como tem impacto cada vez maior na vida dos beneficiários, transformando a sua vida e a realidade das suas famílias e suas comunidades. Pode-se verificar que as ações praticadas pela Instituição analisada são exclusivamente com fins humanistas, ela não utiliza as ações e projetos para promover sua imagem com o intuito de conquistar mais clientes/alunos. Segundo o diretor “Ainda não foi possível mensurar os impactos das ações realizadas, na competitividade da instituição, a não ser em alguns casos pontuais como a economia de energia e água. Em outras ações ainda não se percebe impacto na atração de estudantes, aumento de renda ou captação de recursos. Nestes aspectos ainda são necessárias ações como registro e melhor acompanhamento de atividades e resultados.

A motivação da empresa para realizar as ações de RS, vem de sua origem, onde sempre predominou um espírito colaborativo e de doação com o intuito de fazer algo por aqueles menos favorecidos. Melhorar qualidade de vida e desenvolver o meio em que a instituição está inserida é uma das suas principais motivações.

3.3 Semelhanças e divergências entre as organizações

A Responsabilidade Social Empresarial é definida pela literatura como uma mudança de comportamento, de cultura e de gestão das organizações, que envolve maior transparência, ética e valores das mesmas e para com os seus parceiros, onde sugere-se envolver a todos os seus *stakeholders*. Para o público interno, busca uma melhor qualidade de vida e bem-estar e, para o público externo, a redução de impactos negativos na comunidade e meio ambiente, que são geradas a partir das suas atividades (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016). Ou seja, é um conjunto de práticas adotadas pelas empresas, visando melhorar as condições de vida da comunidade onde está inserida, seja está internamente ou externamente.

Diante disso a Responsabilidade Social Empresarial, visa uma mudança de comportamento e de cultura. Suas ações, são implementadas a médio e longo prazo e empenham-se em proporcionar um desenvolvimento sustentável e principalmente, estão alinhadas às estratégias de negócio da empresa. Com base nisso e na análise das duas instituições, podemos dizer que ambas têm muitas semelhanças em seu modo de desenvolver as ações de RS tanto internamente, quanto externamente. Na questão da RS externa, elas se relacionam similarmente com a comunidade local e regional, tendo uma comunicação acessível com as partes interessadas e, buscam atender as demandas da comunidade que vem de encontro com o seu negócio, ou seja, que esteja alinhado com o seu planejamento estratégico.

Os projetos de RS executados com o público externo variam de acordo com a sua expertise e com a demanda da comunidade. Em um primeiro momento, é buscado identificar as lacunas da comunidade e confrontar com as habilidades disponíveis na instituição e a partir daí, busca-se desenvolver projetos com as partes interessadas, buscando amenizar a necessidade da comunidade e potencializar os conhecimentos e habilidades institucionais.

Os projetos de Responsabilidade social executados com o público interno são realizados de acordo com as suas disponibilidades de infraestrutura, financeira e humana. Exemplos de semelhanças nos dois casos, são: o incentivo no desenvolvimento profissional dos colaboradores, ambiente de trabalho adequado para a realização das atividades e a remuneração ser compatível com o mercado de trabalho. De um modo geral, pode-se observar que as duas instituições preocupam-se com a qualidade de vida do seu público interno e por isso investem em projetos de RS interna e com o público

externo, também há preocupações em um melhor desenvolvimento social, onde buscam realizar projetos que são impactantes na comunidade. Partindo deste pressuposto, é notório a tentativa das duas instituições em realizar projetos de responsabilidade social que impacte a comunidade e que estejam alinhados em algum grau ao planejamento estratégico e inserido na cultura institucional.

Considerações finais

O presente estudo teve como propósito identificar as ações de Responsabilidade social, tanto externas quanto internas em duas instituições de ensino superior localizadas na região noroeste do Rio Grande do Sul, bem como verificar se tais ações estão alinhadas com as estratégias da empresa, apontando suas semelhanças e divergências. A partir da análise das entrevistas foi possível identificar que ambas as empresas praticam ações de responsabilidade social, visando o desenvolvimento da região em que estão inseridas e mostrando preocupação com as questões ambientais.

Na Instituição A é institucionalizada ações de cunho social, promovidas com objetivo de auxiliar e melhorar a qualidade de vida das pessoas que fazem parte do seu ambiente. Mas além de auxiliar a comunidade, a instituição também proporciona o empoderamento, promovendo o desenvolvimento profissional de seus integrantes. Suas ações são voltadas ao cumprimento de seu papel de entidade inserida dentro das preocupações sociais.

A Instituição B realiza as ações de Responsabilidade social com base no compromisso da instituição em promover os princípios do desenvolvimento sustentável junto aos acadêmicos, docentes, funcionários e a sociedade, através de iniciativas voltadas à preservação do meio ambiente e em conformidade com a legislação ambiental, buscando a melhoria contínua. Pela orientação luterana da mantenedora, todos os atos institucionais são antecedidos de reflexões que apelam pelos valores cristãos luteranos de valorização da vida, da educação que liberta e promove as pessoas através das relações éticas, da paz e da boa convivência.

Ambas procuram desenvolver a sociedade da qual fazem parte, suas ações são voltadas mais por motivos humanitários, de promover o bem-estar social, do que promover estrategicamente a organização de modo que obtenham melhores retornos financeiros por intermédio destas ações. Desta forma conclui-se que as ações

desenvolvidas pelas IES, objetos deste estudo, fazem parte de sua missão e de seu negócio, e tem determinadas ações que se encontram institucionalizadas nas instituições.

Com relação as estratégias de Responsabilidade social das instituições, realizadas mediante as ações desenvolvidas, em ambas as instituições elas estão alinhadas com o negócio principal, que vai além da educação, de formar profissionais, mas busca-se sim formar cidadãos, conscientes de suas ações. As ações realizadas por ambas as instituições tem impacto cada vez maior na vida dos beneficiários, transformando a vida e a realidade da comunidade.

Nota-se, portanto, que as instituições analisadas neste estudo tem grandes semelhanças na sua forma de entender e praticar a responsabilidade social empresarial, não sendo possível identificar diferenças entre elas. O fato de ambas terem orientação religiosa favorece sua visão em promover o bem social da comunidade.

Portanto é interessante aplicar este estudo em outras instituições que tenham visões diferentes. Sugere-se também um estudo que permita uma visão mais ampla aplicando-se em outros contextos organizacionais, de modo que se possa identificar e comparar situações abordadas neste estudo.

Referências

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

ABREU, C. B. **Responsabilidade social em instituições de ensino superior**. 2010. 124 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2010.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 3. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2016.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BORGER, F. G. **Responsabilidade Social: Efeitos da Atuação Social na Dinâmica Empresarial**. 2001. 258 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

CALDERON, A. I. Responsabilidade social: desafios à gestão universitária. **Revista ABMES**, v. 23, n. 34, p. 13-27, abr./2005.

DAHER, W. M. **Responsabilidade social corporativa: geração de valor reputacional nas organizações internacionalizadas**. São Paulo: Saint Paul Editora, 2006.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F.F. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração pública**, v. 42, n. 1, p. 7-33, jan./fev. 2008.

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

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL. Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial – Versão 2007 – 2007. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2016.

MARTINS, J. P. S. **Responsabilidade Social Corporativa**: como a postura responsável pode gerar valor. Campinas: Komedi, 2008. (Coleção Sustentabilidade Corporativa).

MATIAS, Eduardo Felipe P. **A Humanidade Contra as Cordas**. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade Social Empresarial**: teoria e prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

SAUERBRONN, F. F.; SAUERBRONN, J. F. R. Estratégias de responsabilidade social e esfera pública: um debate sobre *stakeholders* e dimensões sociopolíticas de ações empresariais. **Revista de Administração pública**, v. 42, n. 2, p. 435-458, mar./abr. 2011.

SILVA, C. L.; JUNIOR, E. F. C.; LIMA, I. A.; SILVA, M. C.; AGUDELO, L. P. P.; PIMENTA, R. B. **Inovação e sustentabilidade**. Curitiba: Aymarã Educação, 2012.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamentos e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.