



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTONIO MARIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MATHEUS DOS SANTOS

**PERCEÇÃO DOS COLABORADORES SOBRE A RESPONSABILIDADE
SOCIAL EM UMA ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE SAÚDE EM PATOS-PB**

PATOS/PB
2019

MATHEUS DOS SANTOS

**PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES SOBRE A RESPONSABILIDADE
SOCIAL EM UMA ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE SAÚDE EM PATOS-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a
Coordenação de Administração da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Área de concentração: Administração.

Orientador: Prof. MSc. Felipe Cavalcanti de Sá

**PATOS/PB
2019**

S237p Santos, Matheus dos.
Percepção dos colaboradores sobre a responsabilidade social em uma organização de serviços de saúde em Patos - PB [manuscrito] / Matheus dos Santos. - 2019.
22 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2019.
"Orientação : Prof. Me. Felipe Cavalcanti de Sá ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."
1. Responsabilidade Social. 2. Ética nas Empresas. 3. Gestão de Empresas. I. Título
21. ed. CDD 658.408

MATHEUS DOS SANTOS

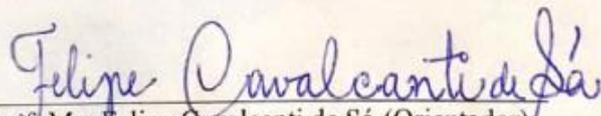
**PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES SOBRE A RESPONSABILIDADE
SOCIAL EM UMA ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE SAÚDE EM PATOS-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

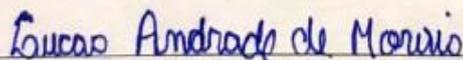
Área de concentração: Administração.

Aprovada em: 11/06/2019.

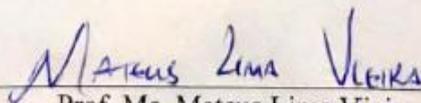
BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Felipe Cavalcanti de Sá (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Lucas Andrade de Moraes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Mateus Lima Vieira
Universidade Federal da Paraíba (UEPB)

Dedico este, bem como todas as minhas demais conquistas, aos meus amados pais.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que esteve ao meu lado e me deu força, ânimo e crença para não desistir e continuar lutando por este meu sonho e objetivo de vida. A Ele eu devo minha gratidão.

A minha esposa Priscila e aos meus filhos, pelo amor incondicional

Ao professor Felipe Sá, pelas orientações e seu grande desprendimento em ajudar-me.

Aos meus pais, pelo apoio ao longo dessa jornada.

A equipe Bota Boi que sempre esteve comigo.

A quem não mencionei, mas esteve junto, eu prometo reconhecer essa proximidade, ajuda e incentivo todos os dias da minha vida.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	6
2.1 Responsabilidade social	6
2.1.1. Responsabilidade social e ética nas empresas	7
3. METODOLOGIA	8
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO	10
4.1 Compreendem a responsabilidade social de uma empresa e sobre como a Organização de Serviços de Saúde vem exercendo sua responsabilidade social.....	11
4.2 Sobre o que falta para as ações desenvolvidas pela organização ganharem maior demanda	12
4.3 Maiores beneficiados pela adoção de um modelo de gestão baseado em responsabilidade social	13
4.4 Motivo que levou a organização a se basear nesse modelo de gestão.....	14
4.5 Impacto dos programas e ações sociais desenvolvidos pela organização para a imagem da organização perante a comunidade	14
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
REFERÊNCIAS	16
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	19

PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE SAÚDE EM PATOS-PB

Matheus dos Santos¹

RESUMO

Com o mercado cada vez mais competitivo as empresas tem procurado alternativas para se sobressair à concorrência, algumas delas encontram na Responsabilidade Social um meio para atingir tal objetivo. Este trabalho em especial, dá ênfase a dimensão da percepção interna da Responsabilidade Social. Esta pesquisa se propôs a analisar a percepção dos colaboradores sobre a responsabilidade social numa organização de serviço de saúde em Patos-PB. A partir do método de estudo de caso, numa abordagem qualitativa, utilizou-se como fonte de coleta de dados um roteiro de entrevista semiestruturado, onde foram entrevistados quatro colaboradores da organização. Os resultados da pesquisa permitiram verificar as ações de responsabilidade social da organização, bem como estas são percebidas pelos seus colaboradores que apontam que a organização tem compromisso com o desenvolvimento da Responsabilidade Social, e que assume valores ligados à ética nos negócios como delimitador de práticas de responsabilidade social.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Ética nas Empresas. Organização social.

ABSTRACT

With the market becoming increasingly competitive, companies have been looking for alternatives to stand out from the competition, some of them find in Social Responsibility a means to achieve this goal. This work, in particular, emphasizes the dimension of the internal perception of Social Responsibility. This research aimed to analyze the employees' perception of social responsibility in a health service organization in Patos-PB. Based on the case study method, a semi-structured interview script was used as a data collection source in a qualitative approach, where four employees of the organization were interviewed. The results of the research allowed to verify the actions of social responsibility of the organization, as well as these are perceived by its collaborators that indicate that the organization is committed to the development of the Social Responsibility, and that it assumes values linked to the ethics in the business like delimitador of practices of social responsibility.

Keywords: Social Responsibility. Ethics in Companies.

1 INTRODUÇÃO

A globalização trouxe consigo inúmeras mudanças estruturais, econômicas,

¹ Aluno do curso Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII.

Email: matheussb2013@gmail.com

financeiras, políticas e principalmente sociais que influenciaram de diferentes formas na vida das pessoas. As constantes mudanças tem feito com que as ações filantrópicas se tornem cada vez mais presentes nas organizações trazendo um novo olhar sobre as questões sociais.

O modelo econômico atual agrava as desigualdades sociais. Sob o ponto de vista humano, a missão tornou-se cada vez mais parte importante da gestão de negócios. Cada vez mais as empresas estão investindo em negócios que gerem não só valor financeiro mas, também valor social. Os esforços dos governos têm se apresentado insuficientes e, em muitos casos, ineficientes à obtenção de resultados sociais satisfatórios (SANTOS, 2005; DEES, 2010; BORNSTEIN, 2005).

As enormes carências e desigualdades existentes na sociedade brasileira, aliada às deficiências crônicas do Estado no atendimento das demandas sociais, conferem maior relevância à responsabilidade social empresarial. (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2013).

Responsabilidade social empresarial expressa o ato de entender e agir em resposta a demandas da sociedade, onde o valor gerado por uma empresa não se estabeleça somente em lucros, mas que proporcione um impacto positivo para o conjunto dos afetados direta ou indiretamente por suas operações (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2013).

Desde o ano de 2017, uma instituição de ensino privado vem atuando fortemente no campo social em ações para a comunidade. A empresa vem buscando implantar um programa de responsabilidade social, através de uma organização de saúde em Patos-PB. Muitas mudanças vem ocorrendo e, trazendo benefícios para a organização e a comunidade. Nesse curto espaço de tempo ela já realizou diversas ações sociais, buscando sanar dificuldades enfrentadas no município.

Percebe-se que a empresa hoje é consciente do seu papel diante da sociedade, e busca, a cada dia, tornar-se responsável socialmente maior e mais forte para, assim, ter maior abrangência e atingir seus objetivos com grande eficácia.

Assim, o presente trabalho apresenta o seguinte problema de pesquisa: Qual a percepção dos colaboradores sobre a responsabilidade social numa organização de serviço de saúde em Patos-PB? Com o objetivo principal de analisar a percepção dos coladores de uma organização de saúde sobre a responsabilidade social na referida organização.

Para responder a essa pergunta de pesquisa, foi necessário estabelecer objetivos específicos os quais são: fazer uma breve apresentação dos aspectos teóricos e conceituais da Responsabilidade Social; analisar como os atores que participam e conduzem as ações sociais da organização compreendem a responsabilidade social; verificar se os colaboradores estão conscientes das ações que possam ser avaliadas como medidas de Responsabilidade social.

Este estudo justifica-se pela necessidade de mostrar que o mundo empresarial vê, na responsabilidade social, uma nova estratégia para potencializar seu desenvolvimento. Essa tendência decorre da maior conscientização da sociedade que procura por produtos e práticas que gerem melhoria para a comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade social

A temática responsabilidade social está cada vez mais presente no cenário empresarial. Hoje as empresas não têm dúvidas de que a responsabilidade social é um valor e um *know how* que precisam incorporar. A concorrência acirrada decorrente do processo de globalização da economia faz com que as empresas se reorganizem para enfrentar esse desafio revendo conceitos e práticas de gestão dando espaço a questão de práticas de responsabilidade social.

Para Rabelo e Silva (2011), a Responsabilidade Social é um instrumento de gestão que permite a empresa desenvolver práticas que intencionam atenuar os efeitos que suas ações ocasionam sobre o meio ambiente, a economia, a comunidade, entre outros fatores.

Para Melo Neto e Froes, (2002) Responsabilidade Social é a maneira de governar os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários (MELO NETO E FROES, 2002 p. 23).

Melo Neto e Froes (2002) apresentam a responsabilidade social como o exercício da cidadania empresarial, que pressupõe uma atuação eficiente da empresa em duas dimensões: a gestão da responsabilidade social interna e a gestão da responsabilidade social externa.

Já a definição dada pelo Instituto Ethos (2017), é que a responsabilidade social é a forma de gestão baseada na ética e na transparência da empresa com todos os seus envolvidos, seja público interno ou externo.

Como se pode observar o conceito da responsabilidade social não se resume apenas a projetos sociais, embora pareçam ser as principais atividades relacionadas ao assunto. A Responsabilidade Social deve ser entendida não apenas como ações sociais do empresariado,

mas sim como uma estratégia de gestão empresarial, em toda a sua complexidade, que valoriza o impacto social e ambiental de suas atividades (TEODÓSIO, 2002).

A responsabilidade social no Brasil está sendo discutida nos meios acadêmicos e empresariais e pode já ser considerada, como um instrumento que oferece a empresa não só bons resultados operacionais, fôlego financeiro, melhores produtos e serviços, preços competitivos, um bom padrão de atendimento, avançada tecnologia e quadros altamente qualificativos; mas também contribui para a melhoria da qualidade de vida desta e das próximas gerações (MAIA, 2005).

2.1.1. Responsabilidade social e ética nas empresas

Embora não possam ser utilizadas como sinônimos, responsabilidade social e ética nos negócios também dificilmente poderão vir a ser desvinculadas. "A responsabilidade social com o conceito só poderá ser incorporada ao processo diário de tomada de decisões se as empresas incluírem em sua filosofia preocupações de natureza ética" (ROSEMBAUM, 2000).

Para Rosembaum (2000, p. 1), "a responsabilidade social corporativa é uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com acionistas, fornecedores e clientes."

Kreitlon (2004) afirma que o surgimento da ética empresarial como campo de estudos está intimamente ligado à evolução do sistema econômico, assim como as mudanças por que passaram as sociedades industriais no último século.

Germano (2003, p. 56) parte do pressuposto de que a ética assume um papel de sobrevivência, ou seja, as empresas são forçadas a aplicar doutrinas éticas para sobreviver: "[...] a empresa não é normalmente capaz de guiar os anseios comportamentais e éticos do mercado à sua vontade e a seu gosto."

Há uma preocupação de como a empresa projeta sua imagem para os *stakeholders*, conforme afirma Torres (2013). No que tange à preocupação com a imagem e reputação da empresa, o resultado depende da sua conduta em relação à responsabilidade social. "Falar de responsabilidade social da empresa exige, necessariamente, promover ações a favor da sua continuidade histórica e de melhorias da qualidade de vida em seu entorno social.", conclui Sertek (2006, p. 44) e comenta que para o desenvolvimento social é imprescindível a adaptação em relação as mudanças do ambiente, para planejar soluções para os mais diversos tipos de problemas.

Em contrapartida, Sertek (2006, p. 246) chama a atenção para o termo “ética das aparências”, que segundo o autor: “Atualmente, uma consequência de postura se plasma na cultura de ‘maquiagem’ de bens e serviços, que procura uma qualidade aparente nas atitudes e nos produtos, a fim de atingir resultados imediatos.”.

Queiroz e Ferreira et al. (2006) observam que há um amadurecimento quanto a ética e responsabilidade social empresarial em relação a sua aplicação e mensuração, subdividindo-se em vertentes de conhecimento: responsabilidade, responsividade, retitude e desempenho social corporativo, desempenho social dos *stakeholders*, auditoria e inovação social.

De acordo com Tonin (2006), a ética e a responsabilidade social nas organizações constituem uma temática que vem sendo muito discutida, apesar de haver ainda muitos questionamentos sobre se é possível ou não manter um comportamento ético, num mercado cada vez mais competitivo, tendo em vista que os concorrentes podem não agir

Para Strieder (2000), a ética contempla a responsabilidade social; por isso, é essencial para as organizações refletirem sobre como as suas ações podem influenciar positiva ou negativamente a sociedade e o meio ambiente, os consumidores estão buscando comprar de empresas que estejam engajadas em causas sociais.

Segundo Rico (2004), responsabilidade social é a forma como a organização se relaciona com o público ao seu redor, sendo ética e transparente, colocando em prática ações sustentáveis em suas metas.

Cosenza e Chamovitz (2007) defendem que a ética e a responsabilidade social devem andar juntas e toda cultura ética certamente será sensível ao sentido moral, de preocupação com o indivíduo e aos interesses de seu grupo social, é importante ressaltar que cada indivíduo da organização precisa ter condutas éticas. Essa reflexão não pode ser apenas dos líderes ou gestores da empresa, mas precisa ser disseminada entre todos os níveis hierárquicos da organização e compartilhada com a sociedade.

3. METODOLOGIA

Foi escolhida para o estudo uma organização de saúde que tem estruturado seus próprios programas de gestão da responsabilidade social. A escolha da mesma se deveu ao fato de se tratar de uma organização representativa na cidade e comprometida com a comunidade patoense.

A metodologia desta pesquisa se caracteriza como de natureza básica em relação ao tema abordado; configurando-se como uma pesquisa de campo, de natureza qualitativa, sob a perspectiva descritiva e exploratória. Em relação ao lócus de pesquisa, este estudo se fixou em uma organização de saúde na cidade de Patos-PB, pesquisada no mês de maio de 2019.

Para Silva e Menezes (2005, p. 20), a pesquisa básica “objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista”. O presente estudo configura-se como pesquisa de campo, pois, como citado por Lakatos e Marconi (2003, p. 186), essa modalidade de levantamento de dados tem como objetivo “conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles” e, para tanto, o pesquisador realiza a coleta de dados no local onde o fenômeno ocorre naturalmente.

Já em relação à abordagem qualitativa, expõe Rodrigues (2011, p. 55), que esta abordagem de pesquisa “é utilizada para investigar um determinado problema de pesquisa, cujos procedimentos estatísticos não podem alcançar devido à complexidade do problema”.

Este estudo tem caráter descritivo, pois, como cita Gil (2008), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno ou também, a relação entre variáveis e, tem como uma de suas características primordiais a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

A pesquisa exploratória de acordo com Gil (2008, p. 27) é desenvolvida “com o objetivo de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo, acerca de determinado fato”, proporcionando maior familiaridade com o tema em questão, facilitando a construção de hipóteses e aprimoramento de novas ideias e/ou fenômenos recentes. Por proporcionar uma visão geral quanto às mudanças na gestão empresarial das microempresas após Reforma Trabalhista, este estudo também se assemelha a esse tipo de pesquisa.

É imprescindível que a pesquisa de campo descritiva-exploratória tenha como base um levantamento bibliográfico, assim como realizado neste estudo. Como exposto por Prodanov e Freitas (2013, p. 80) o levantamento bibliográfico consiste em “um apanhado geral sobre os principais documentos e trabalhos realizados a respeito do tema escolhido, abordados anteriormente por outros pesquisadores para a obtenção de dados para a pesquisa”. Para tanto, este estudo tem como base teórica os estudos disponíveis no meio eletrônico, livros e demais publicações que abordam a temática da Responsabilidade Social, para fins de cumprir o objetivo geral da pesquisa.

A organização em questão conta atualmente com 7 (sete) colaboradores. Como locus de pesquisa, foram selecionados 4 (quatro) desses funcionários efetivos, os demais não participaram das entrevistas, haja vista falta de acessibilidade por trabalharem apenas esporadicamente na organização.

Utilizou-se como instrumento de coleta de dados um roteiro de entrevista (Apêndice A), desenvolvido com base na fundamentação teórica da presente pesquisa. Esse roteiro foi aplicado com 4 (quatro) colaboradores na própria organização nos dias 23 e 24 de maio de 2019, com duração média de 20 minutos para cada entrevistado, foi feita uma entrevista semiestruturada, que na visão de Santos e Candeloro (2006, p.75), é o tipo de entrevista a qual se admite que tenha “[...] uma confluência de perguntas previamente elaboradas com outras pautadas a partir das respostas e elucubrações dos entrevistados”.

Os entrevistados foram selecionados de acordo com o cargo que ocupam na organização, usando como critério a posição estratégica destes (coordenação, gerência, administração) por motivo de estes serem os atores organizacionais responsáveis gestão da empresa e o contato desses atores com os atendidos pela organização.

Foram descritos os resultados obtidos através da aplicação do roteiro de entrevista semiestruturada, fazendo possíveis relações com as considerações teóricas apresentadas no referencial teórico desta pesquisa.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Neste estudo, foram selecionados 4 (quatro) colaboradores para aplicação de um roteiro de entrevista semiestruturada (disponível em apêndice).

Os entrevistados selecionados se tratavam de colaboradores fixos na organização, os colaboradores foram selecionados de acordo com o cargo que ocupam usando como critério a posição estratégica destes (coordenação, gerência, etc.)

Pontua-se com vistas a preservar o anonimato, os nomes dos entrevistados são apresentados como G.10 (gerente há 10 anos), C.03 (coordenadora há 03 anos), T.E. 02 (Técnica de Enfermagem há 02 anos) e R. 04 (recepcionista há 4 anos). A entrevista foi aplicada no mês de maio de 2019

NOME	IDADE	ESCOLARIDADE	CARGO	TEMPO QUE OCUPA O CARGO
------	-------	--------------	-------	-------------------------

G.10	33	Superior Completo	Gerente	10 ANOS
C.03	26	Superior Completo	Coordenadora	3 ANOS
TE.02	28	Superior Completo	Técnica de Enfermagem	2 ANOS
R.04	25	Superior Completo	Recepcionista	4 ANOS

Quadro 1 – Características dos entrevistados na pesquisa

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nessa parte, foi feita a análise qualitativa dos dados obtidos das entrevistas realizadas. Por se caracterizarem como entrevistas estruturadas, seguiu-se um roteiro previamente elaborado, com foco na compreensão dos colaboradores sobre responsabilidade social.

4.1 Compreendem a responsabilidade social de uma empresa e sobre como a Organização de Serviços de Saúde vem exercendo sua responsabilidade social

Em relação ao nível de percepção dos colaboradores, e como estes compreendem a Responsabilidade Social:

G.10: "A Responsabilidade Social é um dos objetivos da [organização], onde integram as práticas oferecidas pela organização ao preço acessível a comunidade, com atendimento humanizado e ético, oferecendo também atendimentos gratuitos para aqueles que não tem condições de pagar"

C.03: "A Responsabilidade Social é quando empresas, adotam posturas, comportamentos e ações que promovam o bem-estar dos seus públicos interno e externo. No caso da [organização] vem ofertando serviços e ações muitas vezes de forma gratuita para a comunidade menos assistida da cidade."

TE.02: "A Responsabilidade Social é o Compromisso de empresas com pessoas e valores humanos, é quando uma empresa decide, voluntariamente, contribuir para uma sociedade mais justa. E esse é

um compromisso da organização valorizar o ser humano, dando condições mais justas de buscar um tratamento de qualidade.”

R.04: “A Responsabilidade Social é quando uma empresa faz parcerias com instituições públicas afim de melhorar uma situação social em determinado local. Esse é o foco da [organização] trabalhar em parceria com instituições públicas, a fim de melhorar a situação local. Ajudando a promover o bem estar social.”

Segundo Cabral-Cardoso (2002), o conceito de responsabilidade social deve ser entendido em dois níveis: interno e externo, de modo que o primeiro se relaciona com os trabalhadores e com todas as partes interessadas pela empresa que podem influenciar no alcance de resultados, e o segundo leva em conta as consequências das ações de uma organização sobre os seus componentes externos como o ambiente e seus parceiros de negócios.

4.2 Sobre o que falta para as ações desenvolvidas pela organização ganharem maior demanda

Sobre a falta de investimentos empresariais que afetam diretamente a demanda da organização:

G.10: “Apesar da importante parceria com a prefeitura, ainda falta uma atenção maior pelo poder público da cidade, uma vez que a instituição está sempre divulgando as ações que promove, ela afirma que não há uma contribuição para que estas ações atinjam metas maiores.”

C.03: “Falta maior engajamento do setor privado.”

TE.02: “Falta investimento por parte de empresas, muitas vezes falta até conhecimento sobre a responsabilidade social e como esta agrega valor para empresas e comunidade em geral.

R.04: “Falta de conhecimento da sociedade em geral fazem com as ações não ganhem tanta expressividade, e também falta de parcerias com outras instituições privadas. “Tais ações não só agregam valor à marca das empresas, como também impactam na redução de custos e uma significativa melhora em sua imagem”

A percepção do respondentes discorda com o que diz Dias (2012), ele afirma que a adoção de práticas sociais pelas empresas está sendo cada vez mais valorizada pelas entidades nos diversos níveis (municipal, estadual e federal), muitas destas ações sociais praticadas pelas organizações são frutos da ineficiência das políticas públicas adotadas no país.

Todavia, é preciso compreender que esses investimentos empresariais devem ocorrer num contexto econômico e social que afeta diretamente os negócios das empresas. Neste sentido cria-se um espaço para as organizações e instituições da sociedade civil e as fundações empresariais atuarem junto à problemática social.

4.3 Maiores beneficiados pela adoção de um modelo de gestão baseado em responsabilidade social

Um projeto social bem sucedido é o seu reconhecimento institucional, comunitário e social; em outras palavras, a construção de uma imagem positiva por meio de um investimento que contribuiu diretamente para a melhoria da vida comunitária. Sobre quem são os maiores beneficiados pelas práticas da Responsabilidade Social da organização:

G.10: “Os maiores beneficiários são a população carente que tem acesso a procedimentos, consultas, tratamentos e toda assistência com preço acessível ou de forma até mesmo gratuita.”

C.03: “Os maiores beneficiários são sem dúvida a população de menor renda que normalmente não consegue pagar por consultas especializadas. A [organização] da essa oportunidade um preço mais acessível, ofertando inclusive serviços gratuitos.”

TE.02: “Os maiores beneficiários são a comunidade em geral e a organização em si, pois, a empresa ganha em maior número de atendimentos e notoriedade.”

R.04: “Um grande beneficiário é o setor público que consegue diminuir a demanda que seria direcionada para o município.”

Nesse sentido, percebe-se que a adoção da Responsabilidade Social traz como maiores beneficiários o desenvolvimento do município onde estão localizadas, para além da região de sua abrangência, provocando impactos positivos na comunidade. As organizações empresariais têm como tendência financiar atividades, dando preferência àquelas relacionadas com os bens e serviços que produzem ou comercializam. Hoje há uma preocupação no sentido de avaliar até que ponto as práticas de responsabilidade social de uma empresa são percebidas pelo consumidor e reforçam a sua marca e como desenvolver um planejamento integrado no qual as ações sociais sejam incorporadas à valorização da imagem da empresa.

Neto e Froes (apud Guedes, 2000) relatam que o retorno institucional, ou melhor, o ganho para a organização com práticas de Responsabilidade Social, também é muito grande e

ocorre quando a empresa obtém reconhecimento público. Orchis, Yung e Morales (2002) reforçam essa análise ao afirmarem que a Responsabilidade Social como forma de alcançar benefícios gera satisfação na sociedade e agrega valor à empresa tornando-a também uma beneficiária.

4.4 Motivo que levou a organização a se basear nesse modelo de gestão

Sobre a motivação da organização para a adoção de práticas de gestão baseadas na Responsabilidade Social:

G.10: “Além de beneficiar a população em geral também possibilita aos alunos da organização maior prática e aprendizado, bem como os colaboradores que trabalham em um ambiente ético, que valoriza as práticas sociais.”

C.03: “A instituição sempre visou levar bem estar e contribuir com a melhoria e a promoção social.”

TE.02: “A principal motivação está ligada a melhoria social e a imagem da organização junto à sociedade em geral.”

R.04: “A empresa sempre visou a melhoria da região onde está localizada e leva isso para seus colaboradores mostrando sua atuação de forma ética, séria e responsável.”

Nesse contexto é possível observar a percepção dos colaboradores bem como sua compreensão sobre motivações do empresariado para investir em ações sociais diversas, desde a satisfação individual e simples até a busca pela melhoria da imagem institucional.

Além de agregar valor à marca, uma empresa socialmente responsável consegue maior competitividade retendo e recrutando colaboradores qualificados que possam usar suas habilidades no desempenho de operações mais eficientes para empresa. (DIAS, 2012). A organização que investe em todos os vetores que orientam a responsabilidade social (RS) consegue uma relação mais eficaz com um dos seus principais *stakeholders*, o capital humano, ou seja, a ferramenta mais importante de que dispõe as empresas atualmente.

4.5 Impacto dos programas e ações sociais desenvolvidos pela organização para a imagem da organização perante a comunidade

Sobre o impacto em relação à imagem diante da comunidade:

G.10: “O impacto é bastante positivo, as demandas das secretarias de saúde tanto do município como das cidades vizinhas foram supridas, zerando as demandas e possibilitando melhor acesso à saúde a população.”

C.03: “O impacto é bastante positivo, haja vista que o principal beneficiário é a própria população.”

TE.02: “As ações trazem benefícios para a imagem da organização, haja vista que não só a comunidade passa a buscar os serviços, mas também outras empresas buscam parcerias com a instituição.”

R.04: “As ações desenvolvidas pela [organização ocultada] são de grande importância para a imagem da organização uma vez que esta tem como objetivo melhorar a situação da população em geral, isso é percebido por outras organizações e principalmente pelos usuários.”

As afirmações dos respondentes estão de acordo com o que diz Itacarambi (2013), o autor afirma que quem investe em responsabilidade social ganha reputação e valor de mercado. Para ele, hoje, o que faz diferença em uma empresa é o chamado “valor intangível”, que não se mede.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela análise da percepção dos colaboradores, os resultados permitiram observar que os mesmos são conscientes em relação à importância da responsabilidade social. Este estudo mostra que de acordo com os respondentes existe uma relação entre as ações desenvolvidas pela organização pesquisada e o retorno de imagem, bem como o aumento da visibilidade da empresa.

Através das práticas de responsabilidade social corporativa, as organizações ampliam seu poder junto à sociedade, pois acrescentam ao seu domínio econômico, o poder que a intervenção social produz. Isso posto, que elas passam a ser vistas como promotoras do bem estar social. Como decorrência, pode haver, ainda, uma diminuição do poder e da autonomia de outros atores sociais, como, por exemplo, o Estado, o município e os movimentos sociais.

Na dimensão interna da Responsabilidade Social, também estão envolvidos temas relacionados ao modelo de gestão participativa e de reconhecimento de seus empregados sobre esta gestão, motivando-os para um melhor desempenho por parte dos envolvidos.

Deste modo fica evidenciado que os colaboradores conseguem perceber as atitudes socialmente responsáveis da organização em questão, através de suas afirmativas.

Responsabilidade social é uma atitude corporativa. Para ter sucesso mercadológico as empresas planejam estrategicamente um conjunto de ações de mercado. A responsabilidade social deve permear todo esse conjunto de ações. Deve estar impregnada como um valor intangível. Deve ocupar o coração e a cabeça de todos os colaboradores de uma empresa.

Para Dias (2012), vários são os benefícios tidos pela organização na adoção de uma estratégia de Responsabilidade Social na dimensão interna, tal como: fidelidade do pessoal à empresa, melhoria na motivação e na produtividade do trabalho, aumento na qualificação e capacidade dos trabalhadores, maior envolvimento dos funcionários.

Com relação às limitações do estudo, destaca-se a dimensão da amostra de colaboradores entrevistados que é consideravelmente pequena, o que pode acarretar divergências dos resultados obtidos com a realidade.

Por fim, não obstante aos já apontados futuros estudos, buscando um maior aprofundamento da questão abordada, observa-se outros aspectos relevantes, para uma melhor compreensão do fenômeno da responsabilidade social. Dessa forma, para efeito de melhor entendimento do problema, é importante analisar a efetividade das ações de responsabilidade social a partir do estudo com os usuários dos programas e ações da organização e estudar em que medida, de fato, a organização pratica seus valores declarados pelos colaboradores.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável. da teoria à prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

BORNSTEIN, David. **Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder de novas ideias**. Record; Rio de Janeiro, RJ; 2005.

CABRAL-CARDOSO, C. J. **Ética e políticas éticas em contexto empresarial**. Lisboa: Editora RH, 2002.

COSENZA, Orlando Nunes; CHAMOVITZ, Ilan. **Ética, ética empresarial e responsabilidade social: reflexões e recomendações**, 2007. Disponível em: <http://api.adm.br/artigos/wp-content/uploads/2007/07/enegep_7.pdf>. Acesso em: 03 maio 2019

DIAS, R. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

DEES, Gregory J. **O significado de empreendedorismo social**?. University of Stanford, 1998. Disponível em: <http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2019.

GERMANO, A.P.C. **O mau comportamento e a má ética: Aspectos da filosofia da conduta nas organizações**. (Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção

de grau de mestre no MPA - Mestrado Profissionalizante em Administração). São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2003. Disponível em: <
<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/5822>> Acesso em: 24 abr. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUEDES, Rita de Cássia. **Responsabilidade social e Cidadania Empresarial: conceitos estratégicos para as empresas face à globalização**. 2000. 120 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2000.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social corporativa das empresas: a contribuição das universidades** (vários autores). São Paulo : Pierópolis, 2017.

ITACARAMBI, Paulo. **Reputação e RSE nas empresas brasileiras**, 2013. Disponível em: <http://ww.3ethos.org.br/cedoc/reputacao-e-rse-nas-empresas-brasileiras>. Acesso em: 18/set/2018.

KREITLON, M.P. **A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial**. Encontro anual da Anpad, v. 28, Curitiba, 2004. Disponível em: <<https://www.sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&>>. Acesso em: 4 maio 2019.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAIA, C. **Responsabilidade Social no Brasil**. Revista Exame fórum: um amplo e variado painel da cidadania corporativa do país. n. 855, 2005.

MELO NETO, Francisco de Paulo e FROES, César. **Empreendedorismo Social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

ORCHIS, Marcelo A.; YUNG, Maurício T.; MORALES, Santiago C. **Impactos da Responsabilidade Social nos objetivos e estratégias empresariais**. In: INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Fundação Peirópolis, 2002.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª. ed. Novo Hamburgo: Universiade Freevale, 2013.

QUEIROZ, A. FERREIRA, R. N et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

RABELO, N. S.; SILVA, C. E.. **Modelos de indicadores de responsabilidade socioambiental corporativa**. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.2, n.1, 2011.

RICO, Elizabeth de Melo. A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma

aliança para o desenvolvimento sustentável. **Revista São Paulo em Perspectiva**, vol. 18, n. 4, São Paulo, out. 2018.

RODRIGUES, A. J. **Metodologia científica**. 4^a. ed. Aracajú: Unit, 2011.

ROSEMBLUM, Célia. Imagem social da empresa influencia na hora da compra. Caderno Especial Empresa & Comunidade. **Valor Econômico**. São Paulo, n.31 ,p.1, 13 jan. 2019.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Universidade no século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, V.; CANDELORO, R. J. **Trabalhos acadêmicos: Uma orientação para a pesquisa e normas técnicas**. Porto Alegre: RS: AGE, 2006.

SERTEK, P. **Responsabilidade social e competência interpessoal**. 20. ed. Curitiba: Ibpex, 2006.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4^a ed. Rev. Atual, Florianópolis, Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2005.

STRIEDER, Inácio. **Ética na vida e no trabalho**. Perspectiva Filosófica, Volume VII. Recife: UFEP, 2000.

TEODÓSIO, Armindo dos Santos. **O terceiro setor como utopia modernizadora da provisão de bens e serviços sociais: dilemas, armadilhas e perspectivas no cenário brasileiro**. 110 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais/Gestão de Cidades) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte. Disponível: puc.minas.com.br. 2002.

TONIN, Marta Marília. **Ética empresarial, cidadania e sustentabilidade**, 2006. Disponível em: <www.conpedi.org.br/manaus/.../teoria_da_justica_marta_tonin.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2019.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência**. Boletim do Ibase. Ano 6,n. 10, 2013. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/bib06.html>> Acesso em: 14 fev. 2019.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO

Qual(is) o cargo(s) que ocupa? Qual setor?

Qual a sua formação?

Há quanto tempo está na empresa?

QUESTÕES

1. Como você compreende a responsabilidade social de uma empresa?
2. Na sua opinião, como a organização vem exercendo a sua responsabilidade social?
3. Quais os pontos fortes e fracos da gestão focada no social, da prática social atual da sua empresa?
4. Na sua opinião, o que falta para as ações hoje desenvolvidos ganhem maior expressividade ou notoriedade?
5. Na sua opinião, quem são os maiores beneficiados pela adoção de um modelo de gestão baseado em responsabilidade social?
6. Porque a organização, na sua opinião, optou por esse caminho?
7. Qual o impacto (dos programas e ações sociais desenvolvidos pela organização para a imagem dela perante a comunidade?