



**FECEA – FACULDADE ESTADUAL DE CIÊNCIAS
ECONÔMICAS DE APUCARANA**

**ELIANE DE BARROS
GISLEINE CRISTINA NUNES
STELA GALBARDI DE RESENDE**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
O PAPEL DA EMPRESA NA TRANSFORMAÇÃO
SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO**

**APUCARANA
2009**



FACULDADE ESTADUAL DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS DE
APUCARANA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
O PAPEL DA EMPRESA NA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências Econômicas de Apucarana como requisito parcial para a obtenção do título de Administrador de Empresas.

Orientadora: Profa. Ms. Márcia J. Beffa

Apucarana
2009

**ELIANE DE BARROS
GISLEINE CRISTINA NUNES
STELA GALBARDI DE RESENDE**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
O PAPEL DA EMPRESA NA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado à FECEA - Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas.

Orientadora: Profª Ms. Márcia J. Beffa

Apucarana 07 de Dezembro de 2009.

**ELIANE DE BARROS
GISLEINE CRISTINA NUNES
STELA GALBARDI DE RESENDE**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:
O PAPEL DA EMPRESA NA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL
UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Administração de Empresas.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof^a. Ms. Márcia J. Beffa

Prof. Ms. Márcio Pascoal Cassandre

Apucarana, 07 de Dezembro de 2009.

Dedicamos este trabalho a nossa família e amigos pelo incentivo, amor e compreensão, e a todos que direta ou indiretamente nos apoiaram na trajetória acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, nosso refúgio e fortaleza.

Aos nossos pais, pelo amor incondicional.

Aos amigos, família e noivos pelas conversas, apoio e paciência.

A nossa amada professora Ms. Márcia J. Beffa que foi convidada a nos orientar, e aceitou essa difícil tarefa sem hesitar.

Aos professores que nos apoiaram e aos que não apoiaram, porque de uma forma ou de outra contribuíram para o nosso crescimento acadêmico e pessoal.

A empresa Vicentino's do Brasil que permitiu a realização da pesquisa que norteia este trabalho.

Ao Instituto Vicentino's do Brasil que tão bem nos acolheu possibilitando a coleta de dados para a presente pesquisa.

“Um mundo melhor é possível a partir da vontade humana”.

Valdecir Vicentin

BARROS, Eliane; NUNES, Gisleine Cristina; RESENDE, Stela Galbardi de. **Responsabilidade Social: O Papel da Empresa na Transformação Social**. 2009. 52 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Administração de Empresas – Faculdade de Ciências Econômicas de Apucarana, Apucarana, 2009.

RESUMO

Existem inúmeros problemas sociais que são decorrentes do desenvolvimento empresarial, por isso empresas têm investido em ações de responsabilidade social, a fim de amenizar todos impactos que sua evolução causou. Porém pode-se identificar um interesse por parte das organizações em ter retorno financeiro como resultado principal dessas ações. Estabelecido isso, questiona-se se existem empresas que, com estas ações, saem do foco financeiro para financiar projetos que buscam transformar a sociedade. Para tal foi realizada uma pesquisa, por meio de entrevista e questionário, junto a uma empresa que investe em projetos sociais. Observou-se na análise dos resultados, que esta empresa parece ser desprovida de interesses financeiros quanto às suas ações de responsabilidade social. Procura-se ressaltar a necessidade das empresas de terem ações voltadas para transformar o meio em que estão inseridas.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Transformação, Administração.

BARROS, Eliane; NUNES, Cristina Gisleine; RESENDE, Stela Galbardi de. **Social Responsibility: The Role of Business in Social Transformation**. 2009. 52 pages. Conclusion College Degree in Business Administration – State Faculty of Economics Sciences of Apucarana, Apucarana, 2009

ABSTRACT

There are many social problems that are arising in the development business, so companies have invested in social responsibility in order to mitigate any impacts caused its evolution. But one can identify a concern for organizations to have financial return as the main outcome of these actions. Established this, wonders if there are companies that, with these actions, leaving the financial focus to fund projects that seek to transform society. For such a survey was conducted through interviews and questionnaire, along with a company that invests in social projects. Observed in the analysis of the results, this company seems to be devoid of financial interests and their social responsibility. Special attention is the need for companies to take actions aimed at transforming the environment in which they operate.

Keyword: Social Responsibility, Processing, Administration.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 AS ORGANIZAÇÕES, AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E A POSSIBILIDADE DE TRANSFORMAÇÃO.	4
2.1 Contextualizando a Responsabilidade Social: um breve histórico	4
2.2 Responsabilidade Social	6
2.3 Responsabilidade Social Corporativa.....	8
2.3.1 <i>Stakeholders</i> e Responsabilidade Social	10
2.3.2 Diferença entre Responsabilidade Social e Filantropia	12
2.2.4 O Papel das Organizações na Transformação Social.....	14
3 METODOLOGIA	15
3.1 Contexto da Pesquisa	15
3.2 Método	15
3.3 Procedimentos	16
4 ANÁLISE DE DADOS.....	17
4.1 Os projetos do Instituto e seus participantes.....	17
4.1.1 Caracterização dos participantes da pesquisa	17
4.1.2 Caracterização dos projetos do Instituto	18
4.1.3 Do convite para participar ao sistema de avaliação.	22
4.1.4 Da motivação para participar.....	24
4.1.5 Da avaliação dos participantes do projeto.....	27
4.1.6 Da contribuição pessoal do projeto que participa.....	31
4.2 Da criação do Instituto e a perspectiva do empresário.....	32
4.2.1 Gênese e Objetivos	33
4.2.2 Da origem dos recursos para manutenção dos projetos.	34
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36

REFERÊNCIAS.....	38
APÊNDICES	41
APÊNDICE 1 Modelo de questionário aplicado aos alunos do instituto	42
APÊNDICE 2 Modelo de entrevista aplicada ao empresário	43
APÊNDICE 3 Modelo de Consentimento Informado	44
ANEXOS	45
ANEXO 1 Os objetivos gerais do Instituto	46
ANEXO 2 Estatuto do Instituto Vicentino's do Brasil	47
ANEXO 3 Sistema de Avaliação do Instituto	48
ANEXO 4 Fotos	49

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea se depara com modificações em torno da problemática social decorrente de deficiências nos princípios morais e éticos. Desde o fim do feudalismo até a contemporaneidade o valor do ser tem se desfeito. Basta olhar os grandes centros urbanos para verificar o comportamento da nova geração. Famílias perdendo sua essência e escolas sem atingir seu objetivo principal – educar com qualidade. Este contexto social tem atingido até cidades do interior que antes pareciam imunes, na qual eram opção de “fuga” para criação dos filhos e viver com a tão sonhada segurança.

Estes aspectos têm alterado profundamente a natureza da sociedade acelerando a desintegração das próprias estruturas da civilização, que apesar dos grandes avanços da ciência e da tecnologia observa-se uma crescente pobreza, violência e falta de esperança. Esse contexto gerou, no final da década de 80, a necessidade de enfatizar o conceito de responsabilidade social.

Etimologicamente a palavra responsabilidade deriva do latim *respondere*, responder. Segundo o dicionário Michaelis, responsabilidade é “a qualidade de responsável”, que “responde por atos próprios ou de outrem”, que “deve satisfazer os seus compromissos ou de outrem”. As diferentes significações percebidas para o termo suscitam questões ligadas à área do dever, da obrigação legal ou moral que, por sua vez, nos faz adentrar o campo da ética (FERNANDES, 2000).

Admitindo que haja diferentes culturas em uma sociedade, e que esta está em constante mudança, a definição de responsabilidade social também está em construção.

Para Saraiva (2002), responsabilidade social é um conceito relacionado à execução de ações sociais, que devem ser praticadas de forma continuada, por meio da adoção de práticas com o objetivo de promover uma melhoria contínua e auto-sustentável na qualidade de vida da sociedade. (*apud* DUTRA, 2007)

A empresa que inicialmente tem a função de apenas produção de bens, visando lucratividade, vem assumindo novos papéis a cada dia. Paralelamente a esta constatação, verifica-se que nem a sociedade nem o poder público têm sido

bem sucedidos na diminuição das desigualdades sociais e na solução de um processo crescente de exclusão não simplesmente econômico, mas das possibilidades de acesso a novas formas de trabalho, a novas formas de conhecimento e a criação de uma sociedade mais justa.

Esta nova ordem social está exigindo uma mudança de comportamento também nas empresas. Organizações parecem sair do foco econômico para financiar projetos de responsabilidade social que dê resultados, visando a melhoria social e a imagem da organização.

Muitas empresas têm feito ações socialmente responsáveis justificando a necessidade de sobrevivência ou visão estratégica, chegam até citá-las como forma inovadora e criativa de administrar seus negócios. É preciso entender que ações de responsabilidade social, podem e devem ser feitas para corrigir ou porque não dizer pagar a sociedade por tanto mal que têm proporcionado (MELO NETO; FROES, 1999).

Isso tudo leva a uma reflexão sobre meios de amenizar esta situação, de transformar a realidade pessoal gerando assim uma melhoria nas comunidades. Pesquisar fatores de responsabilidade social que leva aos resultados positivos é estudar ações sociais significativas que combatem problemas tanto históricos como emergentes.

Pode-se perceber por meio de um pequeno resgate histórico, lembrando que após o aparecimento do capitalismo comercial foi que se deu a divisão do trabalho, fator este que alterou profundamente a prática do trabalho e a renda familiar, gerando assim uma divisão dos trabalhadores em classe intelectual e classe material. A partir daí a cada avanço das organizações pode-se verificar um problema social.

Uma das ferramentas que pode ser utilizadas pelas empresas para o crescimento organizacional é o marketing. Kotler (2003) tem algumas definições sobre marketing: é a arte de criar valor genuíno para os clientes. É a arte de ajudar os clientes a tornarem-se ainda melhores. Também é a função empresarial que identifica necessidades e desejos insatisfeitos, define e mede sua magnitude e seu potencial de rentabilidade, especifica que mercado-alvo serão mais bem atendidos pela empresa, decide sobre produtos, serviços e programas adequados para servir a esses mercados selecionados e convoca a todos na organização para pensar no cliente e atender ao cliente.

Frente ao exposto e considerando as pressões sociais que os gestores vêm sofrendo, pergunta-se se é possível as empresas terem ações que além de atender o marketing ou mesmo omiti-lo enquanto seus objetivos, buscam transformar a sociedade. Existem projetos empresariais que influenciam no comportamento individual trazendo benefícios a comunidade local? Tem como diminuir a violência, a fome e a falta de conhecimento desta geração, amenizando o reflexo deixado ao longo dos anos e possibilitando mudanças expressivas no futuro?

Portanto, é necessário compreender o significado do papel da empresa na transformação social e sua contribuição para a melhoria da sociedade como um todo, constituindo esse problema que esse estudo buscou analisar.

Para tanto, definiu-se como objetivo do presente estudo analisar as políticas e ações empresariais de responsabilidade social como possibilidade de transformação social, desde sua implementação até seus resultados; para tanto, estudar o Instituto Vicentino's do Brasil idealizado pela empresa VICENTINO'S DO BRASIL PLASTIC INJECTION na comunidade da cidade de Marialva, no Estado do Paraná, Brasil; possibilitou a identificação de ações de responsabilidade social do instituto e analisar se os objetivos destas ações inclui a busca da transformação social ou apenas os objetivos relacionados à melhoria do marketing empresarial.

Será realizado um levantamento bibliográfico, a metodologia de análise de dados será a análise de conteúdo. Os participantes serão o empresário e os usuários do Instituto Vicentino's do Brasil.

2 AS ORGANIZAÇÕES, AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E A POSSIBILIDADE DE TRANSFORMAÇÃO.

2.1 Contextualizando a Responsabilidade Social: um breve histórico.

A Idade Moderna (séculos XV-XVIII) surgiu para deixar pra trás um período longo de escuridão tanto na área econômica, política e cultural como também na área social. História esta que foi profundamente marcada pelo Renascimento em todas estas áreas (FRANCISCO, 2006).

Economicamente falando, o Renascimento trouxe de volta a valorização monetária e com isso o aparecimento do capitalismo comercial também chamado de mercantilismo, onde se buscava intensamente o acúmulo de riquezas. Este período também trouxe de volta a valorização do conhecimento e da ciência que desencadeou a busca incessante pelo aperfeiçoamento nos meios de produção, essa busca levou a uma revolução que deu início a Idade Contemporânea - marcada pelo maior acontecimento de toda história da humanidade: a Revolução Industrial (PETTA, 2005).

A transformação da produção artesanal ou manufatureira para a mecanizada era somente o início dessa grande revolução, as intensas buscas trouxe ainda a metalúrgica e siderúrgica. Grandes motivos para se comemorar economicamente falando. Mas ao analisar as conseqüências deste período pode-se concluir que tão grande como foi a Revolução também foi o desemprego e a divisão da sociedade em duas grandes categorias. A primeira é a capitalista, detentora dos diferentes modos de produção e do capital. A segunda é a classe trabalhadora (proletariado), detentora da força do trabalho. Lentamente depois veio surgindo a terceira classe que presta serviços as ambas, é a classe média.

Marx e Engels enfatizam que:

Manifesta-se igualmente no seio da classe dominante sob a forma de divisão entre o trabalho intelectual e o trabalho material, a ponto de encontrarmos duas categorias diferentes de indivíduos nessa mesma classe. Uns serão os pensadores dessa classe (os ideólogos ativos, que refletem e tiram a sua substância principal da elaboração das ilusões que essa classe tem de si própria), e os outros têm uma atitude mais passiva e

mais receptiva face a esses pensamentos e a essas ilusões, porque são, na realidade, os membros ativos da classe e dispõem de menos tempo para produzirem ilusões e idéias sobre as suas próprias pessoas (MARX; ENGELS, 2007, p.26).

Esta divisão de classes trabalhadoras é um reflexo de um avanço nas organizações produtivas. Marx ainda explica que a maior divisão entre o trabalho material e o intelectual é a traduzida pela separação da cidade e do campo. [...] A existência da cidade implica imediatamente a necessidade da administração, da polícia, dos impostos, etc. numa palavra, a necessidade da organização comunitária, partindo da política em geral. É aí que aparece em primeiro lugar a divisão da população em duas grandes classes, divisão essa que repousa diretamente na divisão do trabalho e nos instrumentos de produção. A cidade é o resultado da concentração da população, dos instrumentos de produção, do capital, dos prazeres e das necessidades, ao passo que o campo põe em evidência o fato oposto, o isolamento e a dispersão. [...] A abolição desta oposição entre a cidade e o campo é uma das primeiras condições de uma existência verdadeiramente comunitária; essa condição depende por sua vez de um conjunto de condições materiais prévias que não é possível realizar por um mero ato de vontade [...] (MARX; ENGELS, p.29).

Este isolamento e dispersão causaram a desigualdade social, que é medida sócio-economicamente (pobreza x riqueza, oportunidades x isolamentos etc.).

Todos estes antecedentes nos levam a uma profunda reflexão sobre os impactos que os órgãos de produção (empresas) provocam na sociedade em que está inserida. O capitalismo atual traz muitos benefícios como a tecnologia, mas também reflete a desigualdade social, violência e a crescente pobreza. Pode-se então dizer que a empresa tem grande parcela de contribuição para todos estes problemas da sociedade. Na perspectiva de poder contribuir com a transformação social, mesmo não deixando de lado o crescimento empresarial é que surgiu a palavra responsabilidade social corporativa.

Para discutir melhor o assunto, é possível estudar questões teóricas sobre a responsabilidade social, depois sobre a responsabilidade social empresarial e por fim o papel delas na transformação social.

2.2 Responsabilidade Social

Segundo Ashley:

A expressão “responsabilidade social” suscita uma série de interpretações. Para alguns, representa a idéia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, é um dever fiduciário, que impõe às empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio. Há os que a traduzem, de acordo com o avanço das discussões, como prática social, papel social e função social. Outros a vêem associada ao comportamento eticamente responsável ou a uma contribuição caridosa. Há ainda os que acham que seu significado transmitido é ser responsável por ou socialmente consciente e os que a associam a um simples sinônimo de legitimidade ou a um antônimo de socialmente irresponsável ou não responsável (*apud* ALIGLERI, 2002).

Sendo assim a responsabilidade social é visto como preocupação com a sociedade num todo. É trabalhar de uma forma que leva o homem ao entendimento da desigualdade. Mostrando assim que é somente por meio da busca pela igualdade que muitos deixarão de se sentirem excluídos pela própria sociedade.

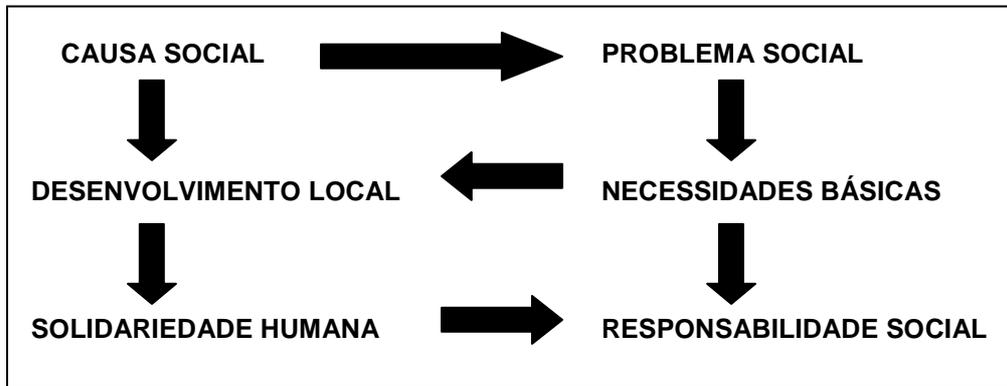
Guerreiro enfatiza que:

Responsabilizar-se socialmente é antes de tudo o despertar da consciência coletiva de indivíduos que assumem a postura de comprometimento com os destinos da geração futura... A Responsabilidade Social implica em um projeto contínuo de intervenção e de desenvolvimento de tecnologia capaz de aprimorar a sustentabilidade da comunidade local, promovendo a mudança qualitativa na vida das pessoas em situação de risco social (GUERREIRO, 2002).

Admitindo este conceito Guerreiro (2002) diz que para compreender o problema social deve-se, em primeiro lugar, identificar o que vem a ser a necessidade básica não satisfeita de um determinado coletivo. A necessidade básica é toda função humana que preserve a vida, desde a alimentação, educação, trabalho, saúde, moradia, lazer, até a consciência política e social. O problema social resulta da ausência de solução no campo das necessidades básicas de uma comunidade. Com isto, o problema social está diretamente relacionado com o desenvolvimento local, uma vez que este é a substância da causa social. No

esquema a seguir há uma síntese deste sistema que expressará a responsabilidade social.

Quadro 1 – Solidariedade humana e desenvolvimento local.



Fonte: GUERREIRO (2002).

Explicitando o esquema, Guerreiro (2002, p.2) enfatiza que a causa social, por sua vez, é a essencialidade do desenvolvimento local e da solidariedade humana em busca de soluções criativas para os problemas sociais gerados nos diversos segmentos da sociedade. É neste contexto que a responsabilidade social surge: “como resultado da manifestação da solidariedade humana no campo do desenvolvimento local”.

Sendo assim pode-se dizer que ações de responsabilidade social que são eficazes e que buscam verdadeiramente contribuir na melhoria poderiam sanar os problemas sociais tanto históricos como emergentes. Admitindo ainda que esses problemas existam, na sua maioria, como resultado da evolução empresarial é possível pensar em ações responsáveis financiadas por organizações conscientes da realidade em que vivem. Sendo assim, falar-se-á um pouco sobre a responsabilidade social empresarial.

2.3 Responsabilidade Social Corporativa

Sendo a empresa um organismo em atividade na história humana; e assim como dentro das comunidades vem surgindo a importância da responsabilidade social, a empresa não poderia ficar de fora. A preocupação dos empresários em comparecer na chamada transformação social vem crescendo a cada ano. A esse evento é o que chama-se responsabilidade social corporativa.

Do ponto de vista de Almeida, 1999:

Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo (*apud* OLIBONI, 2004).

Observa-se que a opinião de Almeida (*apud* Oliboni, 2004) refere-se não somente aos empregados e suas famílias, ele abrange a comunidade e a sociedade como um todo, mostrando que o comprometimento por parte das empresas somente com o funcionário é um comprometimento parcial, e porque não dizer um tanto quanto egoísta, porque a partir do momento que ela investe na melhoria de vida do seu empregado ela está investindo na sua melhoria. As empresas então, podem ter ações de responsabilidade social com características internas e externas.

De acordo com Melo Neto e Fróes (1999, p. 85-6) a gestão da responsabilidade social interna se caracteriza como estágio inicial da cidadania empresarial. Seu foco é no público interno da organização [...] também a preocupação com a qualidade de vida dos empregados e seus dependentes, contratados, terceirizados, parceiros e fornecedores.

No entanto o foco não pode ser somente o público interno, pois a sociedade, o público externo, também afeta os resultados empresariais.

A responsabilidade social externa consiste em ações sociais que proporcionem o bem estar da comunidade e de todos os segmentos relacionados com a empresa. A promoção de ações sociais, mesmo que direcionadas a segmentos que não se relacionam com a empresa como: programas culturais,

doações a entidades filantrópicas, reflorestamentos, entre outras podem também fazer parte do composto que caracteriza uma empresa como responsável socialmente. No entanto estas ações realizadas de forma isolada e sem vínculos, comprometimento e continuidade podem ser classificadas apenas como ações filantrópicas (MELO NETO; FROES, 1999, p. 87-89).

Há muitos problemas com relação a este equilíbrio interno versus externo. Muitas empresas investem em melhoria da imagem e valorização da marca, usando muitas vezes ações positivas para a comunidade local, esquecendo de seus colaboradores internos, gerando insatisfação e desconforto. Outras se preocupam em dar grandes passos com relação a valorização do seu funcionário deixando de lado o contexto social em que está inserido.

Já na opinião do Instituto Ethos (*apud* Silveira, 2003) este conceito está relacionado com a transparência na gestão dos negócios, refletindo assim nas tomadas de decisões, sem prejudicar a sociedade, o meio ambiente e o futuro dos próprios negócios. Ou seja, ações que mostram uma preocupação tanto com seu crescimento como com a sociedade que está inserida. Um bom exemplo aqui é a sustentabilidade ou uma boa política de gestão ambiental.

Em entrevista publicada no jornal Gazeta Mercantil (18/09/1997) um empresário apresentou idéias que definem muito bem o termo responsabilidade social empresarial:

[...] a empresa consome recursos naturais, renováveis ou não, direta ou indiretamente que são enorme patrimônio gratuito da humanidade; utiliza capitais financeiros e tecnológicos, que no fim da cadeia pertencem à pessoas físicas e, conseqüentemente, à sociedade; também utiliza a capacidade de trabalho da sociedade, finalmente, subsiste em função da organização do Estado que a sociedade lhe viabiliza como parte das condições de sobrevivência. Assim a empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo em troca, no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos (*apud* MELO NETO; FRÓES, 1999, p 83).

Conforme D'Ambrosio e Mello responsabilidade social significa:

A responsabilidade social de uma empresa coexiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está

presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce (apud MELO NETO; FRÓES, 1999, p. 78).

As idéias apresentadas pela Gazeta Mercantil (1997) e por D'Ambrosio e Mello, vêm para ratificar a idéia de que as empresas teriam por “obrigação” contribuir para o desenvolvimento social como “restituição” do que vem destruindo em busca de um maior desenvolvimento econômico. (MELO NETO; FROES, 1999, p.78).

2.3.1 Stakeholder e Responsabilidade Social

A palavra *Stakeholder* possui várias definições. No sentido etimológico *stakeholder* deriva da junção de dois termos no idioma inglês – *stake* (suporte) e *holder* (proprietário). Com relação à formação de conceito sobre a empresa Silva (2007) afirma:

Stake em inglês significa estaca, baliza; interesse ou participação em negócios e *hold* demonstra o ato de segurar, domínio, poder, autoridade. *Holder* significa proprietário, dono, portador. Por ser idiomatismo, não se tem uma tradução exata da palavra *stakeholders*, então poderíamos dizer que se refere ao público conectado com a empresa por razões de participação, investimentos e que tem na empresa um ponto de apoio (apud ASSUMPÇÃO, 2008).

Pode-se então dizer que *stakeholder* são os funcionários, gestores, acionistas, investidores, clientes, fornecedores, Estado, grupos de pressão e as mídias que influenciam direto ou indiretamente as estratégias e os procedimentos da organização, que se relacionam com a empresa.

Para elucidar melhor esta relação, veja o quadro a seguir que especifica a doutrina dos *Stakeholders*:

Quadro 2 – O Modelo de Relacionamento dos *Stakeholders*:



Fonte: Sistematizado pelas autoras.

Especificando o quadro anterior, pode-se observar então que, *stakeholders* são todos os componentes que estão diretamente ligadas às organizações. Vale lembrar que estes *stakeholders* podem tanto afetar as decisões da empresa como ser afetado pelas decisões da empresa.

De acordo com Ashley:

Para cada segmento que compõem os *stakeholders* de uma organização a responsabilidade social empresarial tem um direcionamento e uma visão específica. O cumprimento ou não de cada direcionamento deste é que vai possibilitar uma avaliação da empresa quanto a sua atuação ser ou não responsável socialmente. (ASHLEY 2002, p.37).

Conforme Machado e Zylbersztajn (2004) apresentam um resumo das oportunidades de ganhos e da minimização de riscos de acordo com o *stakeholders* envolvido a partir das ações de responsabilidade social, pode-se verificar alguns possíveis efeitos, como: quando essas ações envolve a comunidade minimiza o risco de conflitos com ela criando ainda legitimidade; quando as ações alcançam os investidores diminui o risco de fuga destes investidores gerando assim valor; quando as ações de responsabilidade social chegam até os funcionários geram um maior comprometimento deles com a empresa minimizando assim o risco de comportamento; e quando essas ações atinge os consumidores cria-se uma

possível fidelização minimizando o risco de desentendimentos.

Percebe-se então que a cada ação de uma organização com relação aos *stakeholders* gera possíveis efeitos sobre si mesma e a sociedade em que está inserida.

Ainda usando a definição de Ashley, quanto ao segmento acionistas, a orientação é no sentido de maximização dos lucros em uma visão econômica. Como citado acima num primeiro momento entendia-se que o único objetivo das organizações deveria ser o de dar o maior retorno financeiro possível aos seus proprietários [...] Apesar de cada segmento, ter um direcionamento específico, o entrelaçamento e a união de todas as visões abordadas poderão resultar em um comportamento socialmente responsável por parte da empresa (ASHLEY, 2002, p.37).

Nas visões ambiental, marketing social e assistencialista é que enfocam para ações de responsabilidade social, mas enquanto empresa a união dos segmentos poderá trazer a transformação, tanto interna como externa, de maneira eficaz e sólida (ASHLEY, 2002, p.37).

Oliboni (2004) diz que a grande mudança ocorreu com a preocupação com todos os outros públicos relacionados à empresa e suas atividades.

2.3.2 Diferenças de Responsabilidade Social e Filantropia

Em Melo Neto e Froes (2001) encontra-se o seguinte esclarecimento sobre as principais características que diferem a filantropia empresarial da responsabilidade social: a primeira trabalha com ações individuais e voluntárias, tem base assistencialista, e trata-se de uma decisão e ação individual; a segunda é ação em conjunto, extensiva a todos os indivíduos da empresa e feita por meio de decisão consensual.

A filantropia resolve o problema imediatista sem se preocupar com as causas. Como exemplo, a doação de cesta básica a uma família carente, resolve o problema hoje. Já a responsabilidade social se preocupa com a raiz do problema e

busca erradicar as causas. Ainda no exemplo da doação de cesta básica, ela buscaria formas de possibilitar o auto-sustento da família.

O Instituto Ethos (2002) afirma “A filantropia foi o passo inicial em direção à responsabilidade social, não sendo esta, portanto, sinônimo daquela, mas representando a sua evolução ao longo do tempo”.

Ou seja, a filantropia é um tipo de responsabilidade social, mas não é toda ela. Conforme exposto no trabalho *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios* de Patrícia Almeida Ashley, já no século XIX, na Europa e Estados Unidos, havia um entendimento de que responsabilidade social e ética fossem prerrogativas do Estado e se resumissem em concessões de autorizações de exploração para empresas que prometessem gerar benefícios públicos e contribuir para exploração e colonização do novo mundo (ASHLEY, 2002, p. 18).

Depois disso, defensores da ética e da responsabilidade social corporativa começaram a argumentar que, se a filantropia era uma ação legítima da corporação, então outras ações que priorizam objetivos sociais em relação ao retorno financeiro dos acionistas, seriam de igual legitimidade, como o abandono de linhas de produtos lucrativas, porém nocivas ao ambiente natural e social (ASHLEY, 2002, p. 19).

E por fim, pode-se enfatizar que os resultados da filantropia resumem-se à gratificação pessoal de poder ajudar, já no compromisso social os resultados são pré-estabelecidos e há preocupação com o cumprimento dos objetivos propostos e com a sua continuidade.

2.4 O Papel das Organizações na Transformação Social

Atualmente ainda se vê pouca atitude por parte das empresas em relação à transformação social e isso, às vezes, se dá pela falta de conhecimento e comprometimento dos gestores.

De acordo com Silveira (2003):

Oded Grajew, empresário e presidente do Instituto ETHOS, reafirma esse conceito no momento em que pondera ser a responsabilidade social empresarial uma forma filosófica de gestão das empresas; um importante fator de mudanças nas empresas; é por meio da mudança de comportamento empresarial que podemos promover mudanças sociais que levarão o país a uma prosperidade econômica (SILVEIRA, 2003).

Silveira (2003) ainda afirma que o reconhecimento da empresa em relação à importância de seu investimento na perspectiva de transformação social deve ser o conhecimento da realidade social no seu entorno (regional, nacional e internacional), trazendo a explicitação dos princípios e valores que nortearão os caminhos das iniciativas sociais das empresas, implementando uma pedagogia social que responda aos aspectos mais significativos de seus princípios e valores, reconhecendo e valorizando o sistema de governança corporativa, definindo ainda os indicadores de efetividade e tornando público o balanço social.

Perazzo (2009) argumenta que a organização empresarial é o principal agente de transformação da sociedade. Isto é um fato que se consolida sem cessar durante os últimos 150 anos. Não fala-se somente das grandes corporações transnacionais, senão de todos os tipos de organizações: grandes, médias, pequenas, micros, cooperativas, empresas de autogestão, e até as ONG's, refere-se a toda organização que se estruture como uma empresa. Entretanto, esta organização influi e é influenciada em uma relação de causa – efeito constante com a sociedade onde se insere, isto vale para seus produtos, serviços, meios de produção, distribuição, tecnologias e sobre tudo os talentos que as compõem. Pelas mudanças em outras áreas sociais, as empresas tendem a assumir mais papéis que antes estiveram “reservados” para o poder público ou algum outro setor da sociedade.

3 METODOLOGIA

3.1 Contexto da Pesquisa

O interesse pelo tema de responsabilidade social surgiu a partir dos estudos em sala de aula com relação à essa ser uma ferramenta de marketing no qual quando bem utilizada traria retorno expressivo para a lucratividade empresarial. Nesse sentido surgiu o interesse em investigar organizações e respectivas ações de responsabilidade social bem como seus objetivos.

A presente pesquisa consistiu na análise das ações da empresa, a Vicentino's do Brasil Plastic Injection, especializada na produção de poliméricos e ferragens, situada em Marialva, Estado do Paraná, com uma população (total): 31.397 habitantes (estimativa IBGE - 2009), tendo seu produto interno bruto em 2006 per capita de 9.009 reais, com uma incidência da pobreza de 37,57% (MARIALVA, 2009).

A empresa foi escolhida por ter criado um instituto onde são desenvolvidas atividades de responsabilidade social.

3.2 Método

Para a pesquisa foram entrevistados vinte e três usuários dos projetos e o empresário idealizador do instituto. Cada participante assinou o consentimento informado conforme apêndice 3. Destes dados utilizou-se sete depoimentos obtidos a partir de entrevistas semi-abertas, um depoimento do empresário adquirido a partir de uma entrevista conforme apêndice 2 e outros seis depoimentos de participantes, conforme questionário em apêndice 1. Os nomes apresentados nas falas selecionadas de cada depoimento, serão fictícios no intuito de preservar a identidade dos participantes. Os depoimentos foram analisados por meio de metodologia de pesquisa denominada e elaborado por Bardin como "Análise de Conteúdo" usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas,

qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum (MORAES, 1999).

Como método de investigação, a análise de conteúdo compreende cinco etapas: sendo a primeira de preparação das informações que é a escolha de quais estão de acordo com os objetivos da pesquisa, a segunda etapa caracteriza-se como unitarização ou transformação do conteúdo em unidade de análise nas quais podem ser unidades, palavras e frases que são dependentes da natureza e dos objetivos da pesquisa, logo a terceira etapa consiste na categorização, ou seja, o processo de agrupar dados considerando a parte comum existente entre eles, a quarta é a descrição, definido pelo processo de comunicar o resultado da pesquisa, e por fim a interpretação, que busca a compreensão mais aprofundada do conteúdo das mensagens mediante inferência e interpretação (MORAES, 1999).

3.3 Procedimentos

Os contatos com o Instituto Vicentino`s do Brasil foram feitos por telefone e e-mails, posteriormente foi realizada uma visita para ter acesso aos documentos do projeto e uma segunda visita para coleta de dados por meio de entrevista (apêndice 2) com o empresário idealizador e aplicação do questionário (apêndice 1) aos alunos do instituto. Pode-se ilustrar esta visita por meio de imagens conforme anexo 4.

4 ANÁLISE DE DADOS

A presente seção apresenta os resultados dos dados levantados com participantes das ações desenvolvidas pelo Instituto Vicentino's do Brasil, instituto este idealizado pelo proprietário da Vicentino's do Brasil, empresa de poliméricos e ferragens que também participou por meio de sua entrevista.

O artigo 5º do estatuto do Instituto Vicentino's do Brasil, é apresentado no anexo 2 e será referenciado ao longo da análise dos dados.

4.1 Os projetos do Instituto e seus participantes

O Instituto Vicentino's do Brasil trabalha por meio de projetos criados e desenvolvidos com a finalidade de melhorar a comunidade local. Cenários este que nos levou a desenvolver uma pesquisa a fim de estudar a motivação da empresa em criar este Instituto e verificar se os objetivos traçados pela organização são alcançados ao fim de cada período.

4.1.1 Caracterização dos participantes da pesquisa

Para o levantamento de dados, foram selecionados pela coordenadora do instituto, dos projetos desenvolvidos, alunos de cada curso conforme o critério de disponibilidade de tempo.

Participaram da pesquisa vinte e três pessoas, sendo quinze do sexo feminino e oito do sexo masculino, com idade entre oito e cinquenta e oito anos, conforme a tabela a seguir:

TABELA 01 – Porcentagem dos pesquisados por idade

Idade	Percentual (%)
0 -10	8,7
11 - 20	47,84
21 - 30	13,01
31 - 40	21,75
41 - 50	4,35
51 - 60	4,35
Total	100%

Estes participantes têm escolaridades entre o ensino fundamental e ensino médio, os quais ficaram sabendo da existência do instituto por meio de informações a partir da escola, parentes, amigos ou convite.

4.1.2 Caracterização dos projetos do Instituto

Segundo o Capítulo I, no Art. 5º do Estatuto do Instituto Vicentino's do Brasil (ANEXO 2) tem por finalidade contribuir para a promoção do desenvolvimento humano como um todo. Para este fim, foram criados vários projetos, sendo eles:

a) PID – Projeto de Inclusão Digital (curso básico):

Conforme dados apresentados no plano de ação deste projeto, a capacidade total de atendimento do PID básico é de 150 pessoas, divididas em 15 turmas de 10 alunos, sendo para crianças a partir de 11 anos, adolescentes, jovens e adultos.

Os principais objetivos do PID é:

- Desenvolver as diversas habilidades das crianças e adolescentes, aprimorando Inteligências Múltiplas e Modernidade, por meio da utilização da informática como mais um recurso didático motivador no processo educacional e cidadania.
- Preparar as crianças e os adolescentes para o mercado futuro;
- Criar novos atrativos para favorecer um melhor aproveitamento do rendimento escolar;
- Permitir que as crianças, adolescentes, jovens e adultos, possam ter contato com as novas tecnologias computacionais e de comunicação.

O Instituto remunera o professor e ainda fornece todo material para uso em sala, sem custo para o aluno. As aulas têm duração de uma hora e trinta minutos, duas vezes na semana, totalizando um ano de duração final.

b) PID – Projeto de Inclusão Digital (curso avançado):

De acordo com dados apresentados no plano de ação deste projeto, a capacidade total do PID avançado é de 50 pessoas, divididas em 5 turmas de 10 alunos, sendo para todos aqueles que concluíram o PID básico. O curso conta com professores para ensinar o PowerPoint, CorelDraw e Photoshop.

Os principais objetivos do PID avançado é:

- Capacitar os alunos, a utilizar esta poderosa ferramenta na criação de apresentações profissionais com objetividade e estética agradável.
- Conhecer o software voltado para o desenvolvimento de layout, criação, diagrama, edição de páginas, logotipos, folhetos, embalagens, cardápios, é usado principalmente para áreas gráficas. Aproximadamente todas as editoras gráficas e agências de publicidade utilizam ou já usaram, pois seus recursos de maneira geral são quase que ilimitados, a partir de um simples

layout pode-se fazer outros totalmente diferentes, dependendo da disposição e da sua criatividade e lógico um toque de bom senso. E preparar o aluno para o mercado de trabalho, bem como acrescentar novos conhecimentos a aqueles que já estão inseridos nele, iniciando e aprimorando as suas técnicas de ilustração e uso da ferramenta CorelDraw.

- Trabalhar com arte, como semiótica, tipografia, cores; a utilização das principais ferramentas e recursos no Photoshop. No final deste curso, os formandos conseguem tirar partido das ferramentas e efeitos disponíveis no Photoshop para criar layouts e imagens muito sofisticadas.

O Instituto paga o professor e todo material para uso em sala, sem custo para o aluno. As aulas têm duração de uma hora e trinta minutos, uma vez por semana, totalizando nove meses de curso.

c) **PPO – Projeto Pintando Oportunidade**

Segundo o plano de ação, o projeto conta com 36 vagas para oficina de pintura em tela. Pode participar alunos a partir de 11 anos, que tenham aptidão ou dom artístico. O programa tem duas turmas funcionando com o enfoque da pintura técnica e didática, voltada à aprendizagem pedagógica profissionalizante de pintores da área abstrata e acadêmica. Deste modo, a um nível pedagógico, procura-se potenciar a capacidade de aprendizagem e criatividade dos integrantes; proporcionar-lhes a sua adaptação social, hábitos de trabalho e o desenvolvimento de suas aptidões artísticas.

O Instituto cobre todas as despesas com material e professor, sem custo para o aluno. O curso tem a duração de seis meses, com aulas uma vez por semana de uma hora e meia. Ao fim dos seis meses o aluno pode optar por se formar ou continuar tendo aulas.

d) PSB – Projeto Saúde e Beleza

Conforme dados apresentados no plano de ação deste projeto, este curso é destinado exclusivamente para o público feminino, a partir de 13 anos, interessadas em atuar como manicure e pedicure.

Os principais objetivos do PSB são:

- Propiciar condições as alunas para o desenvolvimento de competências profissionais e empreendedoras necessárias ao exercício da atividade de manicure e pedicure visando à melhoria na diversidade produtiva pela complementação da renda familiar mediante atividades psico-pedagógica exercida por instrutora devidamente qualificada.
- Intensificar o processo de inclusão produtiva das alunas no mercado de trabalho, tornando-as cidadãs responsáveis e profissionais aptas a trabalhar em salões de beleza ou como autônoma.

As despesas com material e professor são pagas pelo Instituto, sem custo para a aluna. O curso tem duração de três meses com duas aulas semanais de duas horas cada.

e) PBB – Projeto Batendo um Bolão

De acordo com os dados apresentados no plano de ação deste projeto, podem participar alunos de 6 a 16 anos do sexo masculino, interessados em aprender e desenvolver técnicas de futebol nas modalidades suíço e campo. O curso conta com 3 turmas, totalizando 50 alunos.

Os principais objetivos do PBB são:

- Contribuir na formação de cidadãos, buscando a inclusão social por meio de iniciativas e ações técnico-didático-pedagógicas voltadas ao equilíbrio dos processos de interação social cooperativa e competitiva de forma consciente

e reflexiva. Têm-se hoje questões sociais que interferem significativamente na qualidade de vida de nossas crianças, afetando diretamente o desenvolvimento escolar e social. O esporte é um dos meios mais viáveis e eficazes para o desenvolvimento psico-social da criança em questão.

- Promover o intercâmbio social, a autonomia e a solidariedade por meio do futebol;
- Promover o aprendizado em grupo, a cooperação e a parceria;
- Incentivar o futebol como alternativo às drogas e tempos ociosos, estimulando à vida saudável e prevenção de doenças;
- Proporcionar a oportunidade à participação em eventos esportivos e culturais como gincanas, festivais, torneios, campeonatos;
- Proporcionar a escolha por condutas adequadas em relação às pessoas e ao ambiente vivenciado;
- Combater a evasão escolar e a repetência;
- Estimular a prática regular de atividades físicas;
- Promover a descontração e o relaxamento físico e mental;
- Estimular o trabalho em grupo e a convivência comunitária.

As despesas com materiais esportivos e professores são pagas pelo Instituto, sem custo para o aluno. O curso é por tempo indeterminado, ou seja, o aluno pode participar até os 16 anos, com aulas duas vezes por semana com duração de uma hora e meia cada.

Todos estes projetos fazem parte de uma estratégia da empresa mantenedora para contribuir de alguma forma para a comunidade local.

4.1.3 Do convite para participar ao sistema de avaliação.

A divulgação da existência dos projetos é feita por meio de convites por meio das escolas estaduais e municipais. Os professores procuram selecionar alunos que tem assiduidade encaminhando-os ao instituto para uma entrevista. No caso dos adultos e alunos da melhor idade, a divulgação é informal, ou seja, por funcionários e amigos, mais conhecida como “boca-a-boca”. A seleção é feita pela

coordenadora do projeto de acordo com as aptidões do aluno e disponibilidade de vagas do curso. Sendo que, os que não forem chamados neste primeiro momento, aguardam vaga na lista de espera.

Segundo documento apresentado no anexo 3, a frequência para aprovação de cada curso deve corresponder a 75% e a média das notas corresponder a 7,0. Notas essas obtidas por meio de contínua avaliação em sala e provas aplicadas pelo instrutor de cada projeto. Os pais são orientados a cobrar o aprendizado de seus filhos juntamente com o instituto, esta preocupação é revelada na fala do empresário idealizador:

"... Se os pais deles se comprometerem a ajudá-los, porque isso é uma mão de, de duas vias tá? Não adianta só uma, só o aluno querer o pai tem que tá lá ajudando, a mãe tem que tá ajudando, [...] Então é, é isso aí, precisa do compromisso deles, também da família deles pra que a coisa vá, e sem dúvida isso vai melhorar a família toda pra frente, eles vão ficar mais unidos né?"

De acordo com as palavras do empresário é possível identificar ao menos um desejo de dar valor a família, conceito este que tem se desfeito ao longo dos séculos (PEIXOTO; CICCHELLI, 2000).

Fica evidenciado que a família é um fator determinante no desenvolvimento dos alunos e o apoio familiar é uma condição para sua permanência nos projetos, quando o empresário diz:

"... eles vão começar a olhar a educação de uma forma diferente, porque tem, tem pais que é, vem fazer a inscrição do filho pro curso e nunca mais aparece, só que aqui eles tem que aparecer, de vez em quando eles tem que aparecer aí entendeu? E quando tem um problema eles tem que realmente comparecer mesmo e eles são chamados a atenção por conta disso..."

Segundo a resolução nº 2.542 da Assembléia Geral da ONU, *apud* Veronese e Costa (2006 p.88), acerca da responsabilidade da família no desenvolvimento dos cidadãos que:

A família, enquanto elemento básico da sociedade, é o meio natural para o crescimento e bem-estar de todos os seus membros, em particular das crianças e jovem. Deve ser promovida, ajudada e protegida, a fim de que possa assumir plenamente suas responsabilidades no seio da comunidade.

Com isso pode-se observar que o instituto está comprometido em agregar conhecimento e responsabilidade ao valor da família no contexto do aprendizado, incluindo a família como agente co-responsável de transformação pessoal, trazendo a consciência de que a escola e a família devem andar juntos para a eficácia do aprendizado.

4.1.4 Da motivação para participação.

Segundo Teles (1987) “o motivo é tudo aquilo que leva alguém a fazer alguma coisa. Pode-se defini-lo como tudo que inicia, sustenta e dirige uma atividade”. Geralmente os motivos são definidos como necessidades, desejos ou impulsos oriundos do indivíduo (conscientemente ou não) dirigem e mantêm o comportamento voltado para o(s) objetivo(s). Ou seja, “tudo aquilo que pode fazer mover” (TELES, 1987).

Cada pessoa tem prioridades diferentes com relação às necessidades. Pode-se ver isso ao analisar o que motivou a aluna Jurema, com idade entre cinquenta e um e sessenta anos e escolaridade até o ensino médio, a participar do instituto:

“Olha porque hoje em dia você tem um, tem que ta se reciclando, num é? E eu queria me reciclar mais, aprender mais.”
(Jurema)

Coggiola (1997 p.17) discorre sobre o fetichismo nas relações sociais, a expressão “globalização da economia” é constantemente utilizada por jornais e políticos para designar a fonte de todos os problemas e justificar, em nome das inexoráveis coerções externas, a necessidade de os assalariados e a juventude “se adaptarem” às exigências do capital e aceitarem todas as políticas governamentais retrógradas e destruidoras. Essa adaptação necessária talvez possa ser evidenciado quando Jurema diz “tem que estar se reciclando”, necessidade esta que pode ser um dos reflexos do capitalismo.

O capitalismo parece não deixar outra escolha, após a divisão do trabalho, dificilmente encontra-se alguém que saiba um processo como um todo, seja produtivo ou de prestação de serviços todos são divididos em funções (MARX, 1999). Por isso quando Jurema confessa: “necessidade de estar se reciclando” pode-se observar que aquilo que ela sabe seja insuficiente para seu sustento, é necessário sempre mais e mais, quem não se recicla não sobrevive.

Essa necessidade de adaptar-se às exigências do capital chega a ser tão forte que é possível perder o emprego por falta de “atualização”. A empresa está para o mercado assim como o mercado está para o lucro, o que passar disso é desemprego. Isso é evidenciado quando Lílian, com idade entre vinte e um e trinta anos e ensino médio completo diz:

“A informática [...] foi na verdade uma precisão quando eu fui pra encarregada de almoxarifado eu ainda não tinha o Excel e eu precisava...”
(Lílian)

Quando Lílian diz “precisão” parece conotar um sentido de que se ela não aprendesse o *software*, poderia não permanecer no emprego, pois logo em seguida ela afirma “eu precisava”, revelando assim a necessidade de manter-se atualizada.

Pode-se estudar em Maslow (2003), a hierarquia das necessidades dos indivíduos, onde apresenta o comportamento motivacional que é explicado pelas necessidades humanas, classificadas em necessidades fisiológicas, de segurança, do social, de estima e de auto-realização. Observa-se ao que diz Kátia com ensino médio completo e Alessandra com ensino médio incompleto, ambas com idade entre trinta e um e quarenta anos:

“... o que me motivou é que nunca é tarde pra se fazer algo né? Então tipo assim, as vezes eu tinha aquela questão que eu to com uma certa idade e acho que não vale a pena fazer isso né? Mas depois eu comecei analisar, a ver pesquisa e reportagem, questão de, de idade que não tem nada a ver, aí quando eu vim aqui fazer e vi que tinha várias idades, então o que me motivou foi questão assim, que eles não tavam escolhendo idade né? Tava danu oportunidade a todos [...] e esse foi meu primeiro passo pra decidi já o que eu ia fazer pra frente.”
(Kátia)

“Eu sempre tive um sonho de pintá né? [...] mas eu achei que eu nunca fosse capaz de pintar mesmo, [...] E aí quando eu vim fazer o teste eu mesma me surpreendi comigo mesmo, [...] esse era um sonho que eu agora eu vou conseguir realizar...”
(Alessandra)

Quando Kátia e Alessandra relatam “eles não tavam escolhendo idade, né?”, “era um sonho que agora eu vou conseguir realizar” e “me surpreendi comigo mesmo”, podem se enquadrar na necessidade de ser e pertencer aos grupos sociais, relacionadas aos motivos ligados à teoria das necessidades de Maslow (2003), caracterizadas em auto-realização, estima, social e segurança. Motivações que vem dessas necessidades e que conseqüentemente podem moldar comportamentos.

Por outro lado, pode-se observar a motivação em participar do projeto, relacionada ao lazer, quando Henrique, com faixa etária de zero a dez anos cursando o ensino fundamental, expõe o que o motivou para participar de um dos projetos:

“Porque eu fico meio período sozinho, [...] daí eu venho pra pegar mais diversão e não ficar um período sozinho em casa.”
(Henrique)

Vale destacar um ponto importante que se refere ao objetivo do instituto que é o de contribuir para a redução de crianças em situação de vulnerabilidade social. A fala de Henrique aponta para uma possível concretização deste objetivo. Essa vulnerabilidade é talvez uma conseqüência de um “abandono forçado” pelos pais que precisam trabalhar, ou seja, pode-se perceber que a prioridade está na necessidade de trabalhar e não nos relacionamentos, neste caso familiar. (PEIXOTO; CICCHELLI, 2000)

Considerando ainda a relação que Maslow (2003) faz com as necessidades e seus reflexos pessoais, o aprendizado gera criatividade e possibilita o desenvolvimento das capacidades de cada indivíduo. De acordo com a fala de Paloma, com idade entre onze e vinte anos com ensino médio completo, exposta a seguir pode-se identificar isso:

“Ah, eu acho que foi, foi o fato de desenhar né, aí e eu achei que ia ser interessante né? E como vamos dizer, aprender uma novas coisa.”
(Paloma)

Portanto é possível considerar que a participação, o ter a possibilidade de pertencer a este grupo social, parece trazer benefícios individuais, de realização e satisfação de várias necessidades, ou seja, o instituto pesquisado pareceu ser um local que possibilita o alcance das recompensas pessoais.

4.1.5 Da avaliação dos participantes do projeto

Vale ressaltar que o principal papel das organizações públicas ou privadas é a geração de lucratividade, pois sem isso não há desenvolvimento sustentável. Porém garantir condições que promovam o desenvolvimento humano em todas as suas dimensões historicamente é entendido como papel do governo.

O que acontece é que a sociedade se tornou tão complexa e o nível populacional tão alto, que os governos de forma geral, em todo o mundo, já não conseguem mais administrar as demandas econômicas, sociais e ambientais, cabendo às empresas dividir essa responsabilidade.

Quando se observa os objetivos que orientam a empresa Vicentino`s do Brasil no anexo 1, essa parece ser a intenção de dividir a responsabilidade com o governo para que haja um melhor desenvolvimento humano na cidade onde estão inseridos.

A seguir serão apresentados dados levantados com os participantes quanto ao como avaliam a implantação do instituto e dos projetos que ali participaram. Ao ser questionada como avaliava a importância do instituto para a cidade, Jurema revela:

“Ah, ia ser uma perda grande [...] o caso dessas crianças que, não é? Que com problemas, [...] o futibor mesmo[...] é muito bom, [...] e esses adolescentes que nós se preocupa muito ne? Que vai ser o nosso futuro, amanhã eu num sei, eu num vo ta aqui, mas eles vão está ...”
(Jurema)

Jurema parece indicar uma preocupação com a necessidade de

investir na nova geração no sentido de prevenir problemas futuros. Problemas estes que podem ser calculados com base nos problemas atuais, que são reflexos de uma sociedade desigual, desunida, acomodada e por que não dizer passiva. Inertes com relação às tomadas de decisões dos governantes que refletem direta ou indiretamente em suas próprias vidas (ANELLO, 1996).

Uma outra participante, Lílian, parece revelar aspectos referente a importância das atividades desenvolvidas, a seguir:

“... eu acho que muita gente não tem oportunidade de ter cursos né, crianças principalmente que sempre tão aí, sem ter o que fazer né? é uma oportunidade que tem de ta aprendendo. [...] porque muita gente não faz, justamente por não ter condições de pagar né? Porque quem tem cinco, seis filhos como que paga? [...] tudo que eu aprendi, eu acho que se eu estivesse pagando eu teria aprendido”.
(Lílian)

Quando Sançana (2009) afirma: “a pobreza é um fator que pode levar à desestruturação familiar”, pode-se fazer um paralelo quando Lílian diz: “não ter condições de pagar” aponta para uma desestrutura financeira familiar que pode ser o resultado deixado pelas políticas governamentais ao longo dos séculos, que de certa forma impediram o crescimento econômico local.

Quanto à avaliação dos projetos em sugestões de melhoria as participantes Lílian e Paloma afirmaram:

“... eu acho que pra mim foi tudo 100%”.
(Lílian)

“Ah, o próprio projeto de, de informática já ajuda bastante porque apesar de ser gratuito é muito melhor do que esses, essas outras escolas que tem, que você paga [...], e esse projeto ai é muito bom ...”.
(Paloma)

Pode-se considerar que as ações do instituto têm trazido aparentemente muitos benefícios para seus alunos, porém, é visto que o fato de participarem dos projetos os condiciona a referi-los sempre positivamente. Toda vez que é tirado algo de essencial na vida do homem, qualquer “substituto” poderá ser considerado satisfatório. Então como a sociedade parece ser carente de ações

sociais, qualquer lampejo nesse sentido poderá ser extremamente aceitável (MEKSENAS, 1995).

Quanto ao cumprimento do cronograma de atividades programadas pelo instituto, a participante Kátia avalia:

“Cumpriu certinho, tipo assim, do começo até o fim tudo o que eles havia falado né? [...] pra mim foi ótimo.”
(Kátia)

Ainda a respeito do cronograma, Alessandra diz: “...aquilo que eles falaram que iam fazer, eles fizeram muito mais, né? Então superou”. Superação parece conotar que o instituto não só abrange o que está pré-definido, mas vai além, parece buscar a excelência no que fazem.

Também quanto à avaliação dos projetos e atividades, Kátia diz:

“... pra Marialva foi, eu acho que isso aqui foi ótimo [...] Porque não tem, você pode olhar por aí e num tem pessoas que fazem o que eles fazem aqui, [...] então a maioria das pessoas que fizeram curso aqui falaram que isso aqui foi uma opção assim, excelente pra, pra quem ta começando e quem já ta no mercado de trabalho né? Foi um empurrãozinho né?”
(Kátia)

Quando os usuários se referem ao instituto, eles valorizam suas ações. Parece que o fato deles serem os únicos a realizarem este tipo de trabalho na região, as avaliações são positivas admitindo-se o atingimento pleno dos objetivos traçados nos objetivos dos projetos.

Também é importante admitir que é louvável o fato de a empresa ter esta iniciativa, já que também poderia não tê-la. É inegável a contribuição que a atitude da empresa gera na sociedade local e o grau de satisfação que cada participante revelou na avaliação dos objetivos apresentados antes de começarem o curso e o reflexo de possível melhoria que estão obtendo.

De acordo com Anello e Hernández (1996) ressaltam que a verdadeira transformação social necessita de indivíduos que estejam ativamente comprometidos com o processo da transformação pessoal em suas vidas e que

estejam trabalhando para alcançá-la, porque uma sociedade justa precisa de indivíduos que lutam por colocar em prática a justiça em suas vidas e ações pessoais.

Nesse sentido Alessandra, uma das participantes dos projetos, afirma:

“... crianças que você olhava assim, que você vê que, eles no começo, praticamente não tinham noção de nada assim, né? E hoje você vê como que eles desenvolveram tanto na mente sabe assim o psicológico como na parte assim de manipular as caixinhas, de fazer, então são coisas assim que tem muito incentivo mesmo, e outra, tá tirando crianças da rua, né? Tá incentivando aquelas mulheres que tavam em casa, né? com depressão, pessoas que achavam que não eram capazes de fazer mais nada, né? E tão trazendo, porque não é só pra criança, é pra criança, é pra jovem, é pra idoso e é pra nós também, né? (risos)”
(Alessandra)

Pode-se considerar que a transformação social só é alcançada por meio de ações que transformam pessoas, esse tipo de ação para ser eficaz em uma comunidade é necessário não somente uma empresa se posicionar, mas cada organização existente nesta sociedade contribuir de forma contínua.

Quanto à periodicidade há um desejo de que as aulas tenham uma carga horária maior, isso parece estar evidenciado quando Alessandra diz:

“A única coisa que eu acho que deveria ter mais, não só uma aula, duas aulas por semana né? [...] sei que é mais difícil né, ia ser um investimento maior né? [...] mas é só nisso, porque do resto não temos nada que reclamar não”.
(Alessandra)

Quando Alessandra afirma “um investimento maior”, parece que se existisse parcerias os objetivos seriam alcançados mais rapidamente. Nesse sentido, para efetivação é necessário cada vez mais uma conscientização por parte dos empresários para que possam contribuir neste segmento, gerando assim maior qualidade de vida para a população.

De acordo com Ananias (2005) ex-ministro do Desenvolvimento Social, em artigo publicado na Revista Conjuntura Econômica, a responsabilidade social implica, obrigatoriamente, num compromisso com a sociedade, exige uma relação de continuidade. Todos os gestos de boa vontade, as doações, as boas iniciativas são louváveis e contribuem para criar na sociedade um clima relacionado

com a solidariedade. No entanto existe a necessidade de que esse tipo de ação seja estruturada e contínua para que haja mudança social.

4.1.6 Da contribuição pessoal do projeto que participa.

Depois da explanação da motivação e da avaliação, será apresentado a contribuição que os projetos tem proporcionado. Ainda na visão dos alunos, público alvo do instituto, as respostas a seguir são com relação aos resultados obtidos por meio dos projetos participados.

A participante Jurema relata:

“... então, se eu não tivesse esse tipo de coisa assim pra mim fazer, eu ia ficar em casa fazendo o que não é? eu procurei essas fonte pra me preencher [...] nesse dia mesmo que teve essa festa, que, que, teve assim uns leilão tal, nossa eu vi pessoas saindo com as minhas peças que eu pintei elogiando...”
(Jurema)

Os dados pareceram revelar uma conexão entre o objetivo do instituto em “estimular o desenvolvimento pessoal” e a satisfação exposta por parte dos alunos. Evidenciado na fala de Jurema quando diz: “eu vi pessoas saindo com as minhas peças que eu pintei elogiando”.

Outros participantes relataram:

“Me ajudou muito no meu serviço né?”
(Lílian)

“... e eu consegui meu primeiro emprego depois de fazer o curso aqui...”
(Paloma)

As falas de Lílian e Paloma parecem revelar que a contribuição refletiu no trabalho também, de modo a influenciar a capacidade no trabalho e o nível da empregabilidade. Contribuição essa que também pode ser vista quando Kátia diz:

“E depois desse curso [...], parece que abriu porta [...] muitas oportunidades, então pra mim foi muito útil...”.
(Kátia)

A relação dos resultados com o mercado de trabalho pode mostrar uma maior eficiência dos projetos, sendo que os resultados visíveis são úteis na carreira profissional de cada aluno. Quando Kátia comenta “parece que abriu porta, muitas oportunidades” ratifica que a busca pela capacitação influencia nas oportunidades de emprego (SCHMIDT, 2006).

4.2 Da criação do Instituto e a perspectiva do Empresário

Segundo Luz (2005 p. 30) as ações de responsabilidade social são típicas de grandes empresas já consolidadas no mercado ou líderes de seus segmentos, mas empresas pequenas também podem colaborar sem gastar muito. O empreendedor pode construir uma gestão responsável ao longo do tempo num processo de planejamento, de avaliação do que a empresa faz e do que poderia ser melhorado, de identificação de oportunidades. Muitas vezes o empreendedor não precisa nem desenvolver a ação, basta apoiá-la.

O IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, (2005) tem atividades de pesquisa que fornecem suporte técnico e institucional às ações do governo para a formulação de políticas públicas e programas de desenvolvimento. Luz (2005) também constatou que no sudeste e nordeste do Brasil o principal motivo alegado pelas empresas que não se envolveram em ações sociais foi a falta de dinheiro e ambas regiões reclamaram da ausência de incentivos governamentais.

Na empresa Vicentino`s do Brasil, mesmo sem o apoio de recursos governamentais, existe o investimento na comunidade local e ações de responsabilidade social. O empresário relata:

“Olha não é que nós não temos interesse na verdade nós sempre nos colocamos a disposição [...] da prefeitura local [...] mas toda vez que você trata dessa verba publica o negócio é muito, é muito complicado e nós não tamo falando

de grande dinheiro não [...] Problema é que num depende da gente, a burocracia é infelizmente é muito grande”.

A fala do empresário revela que em aproximadamente três anos de existência o instituto tem sido sustentado sem nenhuma ajuda do governo, ou seja, todas as despesas têm sido pagas somente pela empresa.

4.2.1 Gênese e Objetivos das ações do instituto

Quanto ao que motivou a criação do Instituto Vicentino's do Brasil e a definição dos respectivos objetivos, a empresa Vicentino's do Brasil junto ao seu empresário, idealizou o instituto que consiste em ensinar pessoas desde a nova geração até a melhor idade para o aprendizado e/ou profissionalização nas áreas de informática, pintura, artesanato, futebol, manicure e pedicure.

A fala do empresário revela:

“Olha alguns anos atrás eu “tava” visitando uma casa de recuperação de drogados [...] e aquele negocio ficou, né? na cabeça pensando como é que se faria [...] eu pensei o seguinte: olha mas o ideal é que se comece antes fazer com que as pessoas não cheguem naquela fase, porque quando elas chegam naquela fase nem todos conseguem se recuperar né? [...] se desencaminham de vez [...] e aí foi por conta disso que surgiu a idéia do Instituto, trabalhar com as crianças jovens criança adolescentes né? uma fase anterior de forma que você pudesse tirá-las vamos dizer da ruas [...] dessa forma é, já evitaria vamos dizer o contato maior com esse tipo de situação e conseqüentemente elas não chegariam lá, então esse foi o, esse foi o objetivo do negócio.”
(Empresário idealizador do instituto)

Além da existência das cinco necessidades presentes na escala, Maslow concebeu as metanecessidades. Essas metanecessidades transcendem a necessidade mais alta da hierarquia, a auto-realização, e se refere à busca da verdade, justiça e amor (pressupostos básicos de uma organização saudável). (Bertoni, 1994).

Parece que a transformação social passa pela re-análise de necessidades e resgata os valores voltados para a busca das metanecessidades

indicadas por Maslow, considerada nas ações propostas pelos projetos do instituto analisado.

4.2.2 Da origem dos recursos para manutenção dos projetos

Os recursos para o funcionamento dos projetos do referido instituto, são originados integralmente do lucro da empresa. Quando perguntado por que se mobilizar com algo que tem pouco ou nada de retorno financeiro, o empresário, idealizador do instituto, afirma:

*“O dinheiro vem da, vem da empresa, da Vicentinos do Brasil (...) é destinado na verdade um percentual [...] das vendas dela.”
“... na verdade ele sai como uma doação [...], doação para o Instituto...”*

Pode-se perceber que o instituto é mantido pela empresa Vicentino`s do Brasil. E que as despesas integrais geradas pelo instituto são pagas pela empresa na forma de doação. O empresário esclarece então como esses recursos são justificados contabilmente pela empresa:

“Olha existe o benefício, existe a regulamentação pro benefício, mas é a empresa da forma com que ela está enquadrada hoje ela não se utiliza disso, porque pra ela se utilizar disso ela teria que estar enquadrada no lucro real ta, e nós utilizamos a modalidade lucro presumido [...], ou seja, nos não podemos abater nada disso daí no momento.”

(Empresário idealizador do Instituto)

No lucro real a tributação é o resultado de receitas menos as despesas, e no lucro presumido é sobre seu faturamento e outras receitas, não depende de despesas, isto é, elas não interferem no cálculo final. O tratamento nas empresas de lucro presumido é diferente, isto é, não implica na tributação do imposto de renda, uma vez que essas empresas pagam imposto de renda e contribuição social sobre as receitas auferidas (GALHARDO, 2005).

Então, pode-se considerar que a empresa Vicentino`s do Brasil idealizou o Instituto Vicentino`s do Brasil e nos trinta meses de funcionamento, aproximadamente, sustenta o instituto e, como pode-se verificar nas falas do empresário, a organização não abate as saídas no imposto de renda, ou seja, aparentemente não objetiva o lucro ou retorno financeiro por meio das ações desenvolvidas pelo projeto.

Num contexto no qual vigora o sistema capitalista e a lucratividade inerente ao seu funcionamento e sustentação, ações que não se enquadram nestas características podem causar desconfiança dos reais objetivos destas ações, ou seja, seria inaceitável um investimento empresarial de um valor permanente e considerável focando a responsabilidade social que não objetivasse a lucratividade. Mas parece que isso está ocorrendo com a empresa pesquisada, quanto ao fato da ausência de interesse financeiro em relação a ação envolvendo o instituto estudado.

Em contrapartida, se analisar a sociedade como um organismo, quando um investimento tem o objetivo final na transformação social, a sociedade é beneficiada e o investidor também, pois pertencem a este mesmo organismo. Portanto quando a empresa investe na transformação da sociedade que está inserida, de certa forma ela também pode ser beneficiada, pois pertence ao mesmo contexto social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na realização deste estudo, buscou-se discutir as intenções das ações de responsabilidade social realizadas por empresas, através de um estudo de caso realizado em uma organização que praticam estas ações, buscando fazer uma ponte entre a necessidade que a sociedade tem de ter empresas para manter-se economicamente ativa, com a necessidade que a empresa atual tem de manter sua função social através de ações consideradas responsáveis.

Contatou-se que aparentemente a história das empresas e seu constante crescimento refletiram em muitos problemas sociais, e talvez considerar a possibilidade da responsabilidade social ser usada como correção desses problemas, como meio de amenizar os reflexos deixados pelo crescimento industrial, as diferenças sociais, desemprego, exclusão social.

Admitindo que todas as ações sociais passam pelo viés econômico, financeiro e comercial, poder-se-ia obter uma resposta imediata de que todas as empresas que investem em ações de responsabilidade social não buscam nada além de meras ações de interesse estratégico. Seria utópico demais acreditar que as empresas investem em transformação social sem esperar algo em troca.

A análise dos dados, do conteúdo retirado da entrevista feita com o empresário e idealizador do instituto, trouxe uma reflexão acerca dessa idéia e quizás retificá-la. Admiti-se que as ações de responsabilidade sociais feita por empresas têm objetivos de cunho econômico, financeiro e comercial, mas a empresa estudada Vicentino's do Brasil no que corresponde a criação e desenvolvimento do Instituto Vicentino's do Brasil, pode ser considerada um exemplo de empresa desprovida deste tipo de interesse.

Pode ser que fazendo outro tipo de pesquisa, com outros instrumentos e diferente metodologia, consegue-se encontrar resultados e outros interesses diferentes destes que não foram captados.

Contudo há aproximadamente três anos esta empresa financia um instituto com vários projetos e como se viu, os valores saem como doação sem qualquer abatimento em imposto de renda, aparentemente pelo interesse de contribuir com a sociedade local. Planejar e organizar projetos de interesse populacional, custear todas as despesas e não esperar um retorno financeiro faz-se concluir que esta empresa possa ser um bom referencial para a sociedade e modelo

para outras empresas.

Em um contexto capitalista poderia ser impossível aceitar que iniciativas de responsabilidade social não tivessem nenhuma forma de lucratividade, mas parecem existir e manter-se em funcionamento. Apesar desse tipo de iniciativa e interpretação, aos olhos de muitos estudiosos ainda causa desconfiança e cautela nas conclusões.

Outras estratégias podem ser consideradas nesse processo de mudança social na tentativa de agregar a inclusão social e contribuir com o desenvolvimento sustentável, em busca de um processo de melhoria da qualidade de vida que compatibilize o crescimento econômico, a conservação dos recursos naturais e a igualdade social, no curto e no longo prazo.

E nos parece que as organizações nesse processo de transformação social têm como papel estabelecer ações de modo a contribuir positivamente com a sociedade e com o surgimento de estratégias. Estratégias essas surgidas pela legalização e obrigatoriedade como se tem visto na institucionalização de muitos aspectos ao longo da história social. E hoje no que se refere á responsabilidade social, as iniciativas devem ser interessadas no ser humano e na transformação social visando levar à prática de ações de contribuição positiva para a sociedade, na busca de um relacionamento com benefícios mútuos.

REFERÊNCIAS

ALIGLERI, Lílian Mara. **Responsabilidade social e cultura organizacional: o caso da Ford Brasil**. Londrina, 2002. Disponível em: <http://www.ppa.uem.br/>

ANANIAS, Patrus. Responsabilidade Social, um compromisso com a sociedade. **Revista Conjuntura Econômica**. Ago 2005, vol 59, nº 08. FGV: Rio de Janeiro/RJ, p.110-111.

ANELLO, Eloy; HERNÁNDEZ, Juanita de. Material adaptado (tradução livre) do Módulo I do curso de “**Capacitação de Agentes de Desenvolvimento Comunitário**” - “Liderazgo Moral”, 2 ed. Universidad Núr, Bolívia, 1996.

ASHLEY, Patrícia Almeida e outros. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

ASSUMPÇÃO, Ana Beatriz; **Definição de públicos na perspectiva de instituições privadas de ensino superior – IPES: um estudo de caso sobre as Faculdades Integradas de Bauru – FIB**. 2009.

BERTONI, Bartira. **Reengenharia humana: preparando o indivíduo para o futuro**. Salvador: Casa da Qualidade, 1994.

CALÓ, Beth. Ética, responsabilidade social e lucros: a lógica do bem. **Revista Conjuntura Econômica**. Rio de Janeiro, v.57 n.6, p. 38-42, jun.2003.

COGGIOLA, Osvaldo. **Globalização e Socialismo**. São Paulo: Xamá. 1997.

CULTI, M. N. **Economia Solidária: Incubadoras Universitárias e Processo Educativo**. Disponível em: <http://www.unitrabalho.org.br/paginas/noticias/artigos/pdf/Texto>>. Acesso em: 14/11/2009.

DUTRA, Luciana Cazangi. **As ações de responsabilidade social criada por empresas fabricantes de baterias automotivas**. 2007. Monografia (Curso de Especialização em Gestão Empresarial) – Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana (PR) – INBRAPE.

FERNANDES, Ângela. **A Responsabilidade Social e a contribuição das relações públicas**. 2000. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0098.htm>.

FRANCISCO, Marli. **História: Movimentos Sociais, Políticos, Culturais e Religiosos na Sociedade Moderna**. Curitiba: SEED-PR, 2006.

GALHARDO, Alexandre. **Dúvida Cruel: Lucro presumido ou lucro real estimativa?**. 2005. Disponível em: http://www.administradores.com.br/artigos/duvida_cruel_lucro_presumido_ou_lucro_real_estimativa/11354/ (acessado em 06/11/2009 às 15:46h)

GUERREIRO, Evandro Prestes. **Responsabilidade Social**. 2002. Disponível em: http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:iw3Jkeu9O2oJ:www.cpihts.com/PDF/Evandro%2520Guerreiro.pdf+defini%C3%A7ao+de+RESPONSABILIDADE+SOCIAL&hl=pt-BR&gl=br&sig=AFQjCNGzCbkb4b9OR_9UzACWPVrdwjC6kg (23/10/2009 às 11:19h)

GUIMARÃES, Thiago Neiva, LEITE; Geraldo Alemandro Filho. Reflexão Contábil. **Revista Enfoque**. Vol.26, n.03. p. 63-74. Set/Dez 2007. UEM/DCC.

IBGE (instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> (acessado em 27/10/2009 às 12:02h)

INSTITUTO ETHOS. **Perguntas e respostas**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/pri/princ/prespostas/index.asp>>. 2002. Acesso em: 14 nov. 2009.

IPEA, Inovação, gestão e valor dos negócios. **Revista Empreendedor**. Ano 11 – nº 124, fev 2005, São Paulo-SP, p.26-30.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**. Nacional: Campus. 2003.

LUZ, Andréa da. Inovação, gestão e valor dos negócios. **Revista Empreendedor**. Ano 11, n.124. p. 26-30. Fev.2005. São Paulo-SP.

MACHADO, Cláudio Antonio Pinheiro Filho; ZYLBERSZTAJN, Décio. **A Empresa Socialmente Responsável: o debate e as implicações**. Revista de Administração, São Paulo, v.39, n.3, p. 242-254, jul./ago./set. 2004.

MARIALVA, <http://www.marialva.pr.gov.br/> (acessado em 27/10/2009 às 11:55h)

MARX, Karl. **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1999.

MARX, Karl; ENGELS, Fredrich. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Bointempo, 2007.

MASLOW, Abraham H. Diário de Negócios de Maslow. Ed. Qualitymark. 2003.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FRÓES, César. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: A Administração do Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MEKSENAS, Paulo. **Sociologia da Educação**. São Paulo: Layola, 1995.

MORAES, Roque. **Análise de Conteúdo**. *Revista Educação*. Porto Alegre, ano XXII, n. 37, p.7-32, mar. 1999.

OLIBONI, Eunice Catarina Sedrez. **A responsabilidade social nas pequenas e microempresas da região de Apucarana (PR)**. 2004. Monografia (Curso de Especialização em Desenvolvimento Gerencial e Marketing) – Faculdade de Ciências Econômicas de Apucarana (PR) – INBRAPE.

PEIXOTO, C. E.; CICCHELLI, V. **Família e individualização**. Rio de Janeiro. FGV, 2000.

PETTA, Nicolina Luiza de. **História: Uma abordagem integrada**. Volume único. São Paulo : Moderna, 2005.

PERAZZO, Alberto Augusto. Uma visão empresarial ética e socialmente responsável. Disponível em: www.fides.org.br/artigo09.pdf (acesso em 06/11/2009 às 17:02h)

SANÇANA, Marcelo. **Paradigma: Pobreza e Criminalidade**. 2009. Disponível em: AN (A Notícia)
<http://74.125.113.132/search?q=cache:CihDqdWdmMEJ:batataisonline.com.br/lercoluna/578/paradigma-pobreza-e-criminalidade+desestrutura+familiar+e+pobreza&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>
acessado dia 06/11/2009 às 16.44h (FOLHA AN-A Noticia On-line).

SCHMIDT, Andréia; ARAUJO, Janine Placa. A inclusão de pessoas com necessidades especiais no trabalho. **Revista Brasileira**. Edição Especial, Marília, Mai-Ago. 2006, v.12, p. 241-254.

SILVEIRA, Maria C. A. da Cunha. **O que é Responsabilidade social empresarial**. Fortaleza, 2003. Disponível em:
http://www.sfipec.org.br/artigos/social/responsabilidade_social_empresarial.htm

STONER, James; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5.ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1995.

TELES, Antônio Xavier. **Psicologia Moderna**. Ed. Ática SP. 1987. p. 232.

VERONESE, Josiane Rose Petry. COSTA, Marli Marlene M. da. **Violência Doméstica: Quando a vítima é a criança ou adolescente**. Florianópolis, OAB/SC. 2006.

VICENTIN, Valdecir. **Objetivos dos Projetos**. Disponível em:
<http://www.institutovicentinos.org/> (23/10/2009 as 09:41h)

APÉNDICES

Apêndice 1 – Modelo de questionário aplicado aos alunos do instituto

1. Sexo: () Masc () Fem
2. Qual a sua idade?
3. Que série você está estudando (estudou)?
4. Como ficou sabendo da Existência do IVB?
5. Qual (is) projeto (s) você participa (participou)?
() PID () PID avançado () PPO
() PSB () PBB () Outro_____
6. O que principalmente te motivou a participar? (Motivos)
7. Aquilo que te foi proposto no início das aulas é o que realmente você tem aprendido (aprendeu)?
8. Você sabe de onde vem os recursos para o sustento do IVB?
9. Qual contribuição o IVB tem (teve) em sua vida, o que mudou depois do IVB?
10. Em sua opinião quais os benefícios que o IVB trás para toda a comunidade de Marialva?
11. Sugira algo para melhorar o IVB ou um outro Projeto você gostaria que tivesse no Instituto.
12. Fale um pouco sobre sua perspectiva de futuro:

Apêndice 2 – Modelo de entrevista aplicada ao empresário idealizador do instituto

1. Quem idealizou o Instituto Vicentino`s do Brasil?
2. Qual a origem dos recursos para o sustento do Instituto?
3. Existe incentivo fiscal para esta transação financeira, isenção de impostos ou coisa do gênero?
4. Como é lançado essas saídas nos demonstrativos contábeis?
5. Quais outros projetos estão sendo planejados para implantação futura?
6. (surgiu pergunta durante entrevista: existe uma verba dos municípios que deveriam ser destinados a nova geração, o senhor não interesse em fazer parceria com a Prefeitura).
7. A verba destinada ao instituto vem somente desta empresa ou as demais que o senhor dirige também contribuem?
8. O Sr. pode nos contar um pouco sobre sua história de vida? (Sempre trabalhou no ramo empresarial, se sempre idealizou ser empresário...).
9. Qual a visão que o Sr. tem do seu funcionário?

Apêndice 3 – Modelo de Consentimento Informado

Eu,.....,
concordo em participar da pesquisa referente ao **Papel da Empresa na
Transformação Social** e autorizo os graduandos Stela Galbardi de Resende,
Gisleine Cristina Nunes e Eliane de Barros a gravar entrevistas com objetivo de
coleta de dados, ciente de que os mesmos serão tratados com sigilo e
confidencialidade e utilizados na composição do Trabalho de Conclusão de Curso do
Curso de Administração de Empresas (FECEA- PR), sob a orientação da Profa. Ms
Márcia J. Beffa.

Pesquisado.....

Pesquisadores.....

Marialva, 15 de Setembro de 2009.

Assinatura

ANEXOS

Anexo 1 - Os objetivos gerais do Instituto

Conforme exposto em seu site, os objetivos gerais do Instituto são:

- a)** Participar do combate à evasão escolar
- b)** Ser facilitador para a qualificação profissional
- c)** Estimular o desenvolvimento pessoal e as habilidades básicas para o aumento da empregabilidade.
- d)** Contribuir para a redução de crianças em situação de vulnerabilidade social
- e)** Contribuir para formação da família e de cidadãos
- f)** Desenvolver a educação nutricional, ambiental e para a cidadania.
- g)** Promover estudos para o desenvolvimento e a implantação de novas tecnologias sociais e produtivas

Anexo 02 - Estatuto do Instituto Vicentino's do Brasil

Capítulo I (da denominação, duração, fins, natureza e sede) Art. 5º. :

O **Instituto Vicentino's do Brasil** tem por finalidade contribuir para a promoção do desenvolvimento humano como um todo, inclusive no que concerne o desenvolvimento tecnológico e ambiental atuando de forma a:

- 5.01 – promover ações de assistência social em suas diversas modalidades, inclusive proteção à família, integração ao mercado de trabalho, entre outras,
- 5.02 – promover a defesa, preservação e conservação do meio ambiente,
- 5.03 – promover o desenvolvimento de programas e projetos de tecnologia ambiental para produção e desenvolvimento sustentável,
- 5.04 – promover e apoiar estudos e pesquisas que versem sobre o desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos,
- 5.05 – promover o desenvolvimento econômico por meio da criação de novos modelos não lucrativos de produção, processamento, construção e comércio,
- 5.06 – promover o desenvolvimento social por meio de programas de formação e capacitação profissional,
- 5.07 – promover desenvolvimento social e ambiental por meio de estudos e pesquisas de cunho técnico-científico,
- 5.08 – promover o desenvolvimento humano e tecnológico por meio da assistência técnica a empresas públicas e privadas,
- 5.09 – promover o desenvolvimento científico por meio da administração de laboratórios de pesquisa, campos de experimento e testes;
- 5.10 – promover o desenvolvimento social por meio da formação parcerias com iniciativa privada, órgãos públicos e organizações do Terceiro Setor,
- 5.11 – promover e apoiar programas de incentivo ao empreendedorismo,
- 5.12 – promover o desenvolvimento das comunidades onde atuar, por meio de programas e atividades de incubadora de novos negócios e empreendimentos,
- 5.13 – promover a integração acadêmica por meio de estágios supervisionados,
- 5.14 – organizar e administrar debates, seminários, congressos, cursos, feiras, e outros eventos,
- 5.15 – organizar, administrar e prestar serviços especializados na sua área de

atuação,

5.16 – organizar atividades recreativas, culturais e estudo direcionado,

5.17 – promover o voluntariado,

5.18 – integrar-se com outras instituições do Terceiro Setor,

5.19 – integrar suas atividades com programas oficiais do Governo,

5.20 – formar parcerias com instituições públicas e privadas.

5.21 – promover a conscientização sobre a necessidade da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, democracia e outros valores universais,

5.21 – prestar assessoria e serviços à iniciativa privada, ao setor governamental e às entidades do Terceiro Setor em:

a) gestão administrativa e tecnológica de novos empreendimentos,

b) elaboração e execução de projetos nas áreas em que atuar,

c) definição e execução de projetos visando o desenvolvimento sustentável integrado ao desenvolvimento humano e tecnológico.

Anexo 03 – Sistema de avaliação do instituto

OPERACIONALIZAÇÃO

Pré-estabelecemos ao matriculado que haverá um acompanhamento das notas, onde o aluno deverá atingir uma média mínima de 7,0 e presença escolar mínima de 75% para que possa freqüentar as aulas, incentivando-o no desenvolvimento escolar, além de gerar a oportunidade de descobrirem suas habilidades e formação de cidadãos. (Fragmento retirado do projeto batendo um bolão página 05).

Anexo 04 – Fotos, 15/09/2009, pesquisa de campo.



Entrada da Cidade de Marialva-Pr



Fachada da Empresa Vicentino's do Brasil



Fachada do Instituto Vicentino's do Brasil



Coordenadora do Instituto Vicentinos e as autoras da pesquisa



Preparação para aplicação da pesquisa



Quadro da vista aérea da Empresa e do Instituto