



RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM PARADIGMA A SER QUEBRADO

CESNORS

Centro de Educação Superior Norte - RS

Sandra Aline Halmenschlager;
David Lorenzi Júnior; Gilberto Martins Santos

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA / CESNORS

Palavras-Chave: Responsabilidade Social, Empresas, Sustentabilidade

INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

No decorrer dos anos a responsabilidade social vem tornando-se cada vez mais presente em meio às organizações, uma vez que estas, frente à atual competitividade, viram-se obrigadas a implantar novas estratégias e planos eficazes com o intuito de enfrentar os desafios e colaborar com a sociedade na qual as mesmas estão inseridas.

É em meio a esta conjuntura que se encontra a idéia do presente estudo, que objetiva identificar e analisar as empresas da cidade de Palmeira das Missões que desenvolvem seus negócios tendo em vista práticas socialmente responsáveis, além de contribuir e disponibilizar as informações necessárias para que se tenha um maior conhecimento do assunto, possibilitando assim uma melhor aplicabilidade do tema abordado.

METODOLOGIA

O presente estudo consiste em uma pesquisa de cunho acadêmico, que envolve além de uma pesquisa bibliográfica, a aplicação de questionários em noventa e cinco empresas palmeirenses, tendo como base o cadastro de entidades empresariais da cidade. Após serem coletados, os dados obtidos foram tabulados individualmente e analisados de acordo com os Indicadores do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e, desta forma, contribuíram e possibilitaram a elaboração desde trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como o enfoque deste trabalho é estudar o comportamento das empresas de Palmeira das Missões frente às questões de responsabilidade social, por meio da análise de conteúdo, foi possível verificar que de acordo com as organizações entrevistadas há uma grande falta de conhecimento do tema que, por sua vez, ainda encontra-se em crescente desenvolvimento em meio às organizações palmeirenses, podendo ser analisado pelos mais diversos pontos de vista e idéias.

Os resultados da pesquisa revelaram que grande parte das organizações entrevistadas desenvolve ações de responsabilidade social em seus negócios. Por outro lado, há também um considerável número de empresas que apresentaram poucas ou nenhuma característica de práticas socialmente responsáveis.

Quadro 1: Percentual de empresas palmeirenses que desenvolvem práticas de Responsabilidade Social.

INDICADORES	Concordam	Indiferente	Discordam
Meio Ambiente	82,22%	6,68%	11,10%
Público Interno	78,88%	7,77%	13,35%
Fornecedores	77,77%	8,90%	13,33%
Valores, Transparência e Governança	67,78%	12,22%	20,00%
Consumidores e Clientes	67,77%	11,13%	21,10%
Governo e Sociedade	56,66%	14,46%	28,88%
Comunidade	54,44%	26,66%	18,90%

Fonte: Pesquisa.

CONCLUSÃO

O estudo possibilitou concluir que a responsabilidade social inclui tanto os acionistas, funcionários e consumidores quanto os concorrentes, o governo e a comunidade. Dessa forma, vale inferir que ela deve ser vivida em todas as áreas da empresa, de forma que traga benefícios tanto para a organização quanto para a sociedade.

Atualmente, as empresas encontram-se em um quadro de alta competitividade em que precisam ao mesmo tempo driblar a concorrência, satisfazer seus clientes e preservar o meio no qual estão inseridas. Assim, é possível destacar a fundamental importância das práticas de responsabilidade social tanto na cidade de Palmeira das Missões quanto em todos os meios empresariais, uma vez que, é um diferencial relevante na imagem que as organizações representam perante o mercado e a comunidade em sua volta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- * ASHLEY, Patricia Almeida. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. – Editora Saraiva, 2005.
- * INSTITUTO ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em <<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>>. Acesso em setembro de 2009.