



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS DE
GOIÂNIA

Aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

LARA BARRETO DA ROCHA

GOIÂNIA

2013

Universidade Federal de Goiás
 Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
 Sistema de Bibliotecas - Biblioteca Central
 Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia
 Campus Samambaia – Caixa Postal 411 74001-970 Goiânia-GO
 Fone (62) 3521-1183. Fax (62) 3521-1396

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR AS MONOGRAFIAS
 ELETRÔNICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DE MONOGRAFIAS DA UFG – RIUFG**

1. Identificação do material bibliográfico monografia:

[X] Graduação [] Especialização

2. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso

Autor (a):	Lara Barreto da Rocha
E-mail:	Larabarreto_2@hotmail.com
Seu e-mail pode ser disponibilizado na página?	[x] Sim [] Não
Título:	Responsabilidade Social em Organizações Não Governamentais: Aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.
Palavras-chave:	Terceiro Setor, Responsabilidade Social, Indicadores Ethos, ONGs.
Título em outra língua:	Social Responsibility in Non Governmental Organizations: Application of Indicators Ethos of Social Responsibility.
Palavras-chave em outra língua:	Third Sector, Social Responsibility, Ethos Indicators, NGOs
Data defesa: (dd/mm/aaaa)	25/07/2013
Graduação/Curso Especialização:	Administração
Orientador (a):	Prof ^ª . Dr ^ª . Estela Najberg

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O referido autor:

- a) Declara que o documento em questão é seu trabalho original, e que detém prerrogativa de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.
- b) Se o documento em questão contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à Universidade Federal de Goiás os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento em questão.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Na qualidade de titular dos direitos do autor do conteúdo supracitado, autorizo a Biblioteca Central da Universidade Federal de Goiás a disponibilizar a obra, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional de Monografias da UFG (RIUFG), sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data, sob as seguintes condições:

Permitir uso comercial de sua obra? (X) Sim () Não

Permitir modificações em sua obra?

() Sim

(X) Sim, contando que outros compartilhem pela mesma licença.

() Não

A obra continua protegida por Direito Autoral e/ou por outras leis aplicáveis. Qualquer uso da obra que não o autorizado sob esta licença ou pela legislação autoral é proibido.

Local e data Goiânia, 29 de julho de 2013

Lara Barreto da Rocha

Assinatura do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS DE
GOIÂNIA

Aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

LARA BARRETO DA ROCHA

ORIENTADORA: Prof.^a Dr.^a ESTELA NAJBERG

Projeto de pesquisa apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração pela FACE - Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal de Goiás – UFG, sob a orientação da Profa. Dra. Estela Najberg.

GOIÂNIA

2013

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
GPT/BC/UFG**

R672r Rocha, Lara Barreto da.
Responsabilidade Social em Organizações Não Governamentais de Goiânia [manuscrito] : Aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social / Lara Barreto da Rocha. - 2013.
59 f. : tabs.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Estela Najberg.
Monografia (Graduação) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Administração, Contabilidade e Ciências Econômicas, 2013.

Bibliografia.

Inclui lista de tabelas.

1. Terceiro setor – Responsabilidade social.
2. Organizações não-governamentais – Responsabilidade social. – Indicadores. 1. Título.

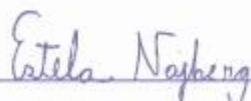
CDU: 005:061.2

TERMO DE APROVAÇÃO

Autora: Lara Barreto da Rocha

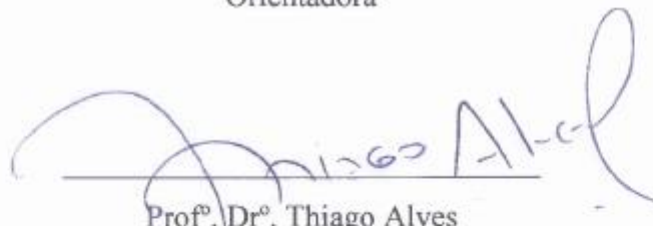
Título: Responsabilidade Social em Organizações Não Governamentais de Goiânia

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em 25/07/2013, pela banca examinadora:



Prof.ª. Dr.ª. Estela Najberg

Orientadora


Prof.ª. Dr.ª. Thiago Alves

Membro


Prof.ª. Ms. Vicente Rocha Soares Ferreira

Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço,

À Deus, por ser o guia em todos os caminhos.

Aos meus pais, pelo suporte e amor em todos os momentos.

À minha irmã, pelas palavras de entusiasmo.

Ao André, pela presença sempre especial.

À minha orientadora, professora Estela, pela paciência e dedicação à essa pesquisa.

Ao professor Thiago Alves, pela disposição em ajudar sempre.

Aos colegas de faculdade, pelos momentos de alegria e de força para continuarmos nos estudos.

Aos grandes companheiros do CA, por darmos o primeiro passo para um caminho de conquistas.

Aos meus professores, pela orientação e por tantos ensinamentos.

Aos meus amigos, pela compreensão nos momentos difíceis e pelo amor de sempre.

RESUMO

Ações de Responsabilidade Social (RS) cada vez mais fazem parte do cotidiano estratégico dos negócios e fazem parte dos processos organizacionais das diversas organizações inclusive das Organizações Não Governamentais (ONGs). A identificação das ações praticadas na rotina e na gestão das ONGs contribuirá no entendimento da administração voltada para a RS e instigará gestores para adoção de novas práticas que envolvem este campo. O presente estudo, exploratório, descritivo, bibliográfico e de campo, objetivou verificar se ONGs de Goiânia desenvolvem ações de Responsabilidade Social. Foram entrevistadas 16 ONGs, tendo como referencial os Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social para Micro e Pequenas Empresas, adaptado para o contexto das Organizações Não Governamentais. As ONGs entrevistadas possuem diversificados campos de atuação: 69% das ONGs foram criadas entre as décadas de 80 e 90, período de desenvolvimento dessas organizações no Brasil e em 75% o número de funcionários são contratados, contrariando a ideia de esse se trata de um setor de voluntários e estão localizadas em vários setores da cidade desde o centro até a periferia. Com base nos indicadores, foram pesquisados os temas: Valores, Transparência e Governança; Público Interno; Meio Ambiente; Fornecedores; Usuários; Comunidade; Governo e Sociedade. Como resultados, verificou-se que as ONGs exercem atividades socialmente responsáveis, haja vista que 81% das ações executadas pelas mesmas, são preconizadas como sendo de RS. O *ranking* de classificação das ONGs de acordo com a atuação socialmente responsável, apresentou variação entre 57% de respostas positivas à 93% de respostas positivas. Na avaliação relativa aos temas, sobressaiu-se o tema Fornecedores, como o de menor envolvimento na avaliação de práticas socialmente responsáveis, com apenas 19% das ONGs avaliando seus fornecedores quanto à práticas de RS, e, o tema Comunidade, destacou-se com 100% das respostas positivas, pelo fato das organizações trabalharem com a comunidade e de suas ações envolverem o seu crescimento, destacando a importância da atuação das ONGs para a promoção da cidadania e do desenvolvimento social.

Palavras-chave: Terceiro Setor, Responsabilidade Social, Indicadores Ethos, ONGs.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. Objetivos.....	8
1.1.1 Objetivo Geral.....	8
1.1.2 Objetivos Específicos.....	8
1.2. Justificativa.....	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1. Ética nos Negócios.....	12
2.2. Conceito e Abordagem Histórica da Responsabilidade Social.....	14
2.3. ISO 26000.....	17
2.4. Instituto Ethos.....	19
2.4.1. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.....	21
2.5. Organizações Não Governamentais.....	23
3. METODOLOGIA.....	26
3.1. Método de Coleta de Dados.....	26
3.2. Universo, Amostra e Local da Pesquisa.....	27
3.3. Tratamento de Dados.....	28
4. APRESENTAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	29
4.1. Apresentação das Organizações Não Governamentais Estudadas.....	29
4.2. Apresentação e Discussão dos Resultados.....	31
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICE A.....	44
APÊNDICE B.....	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Empresas associadas ao Instituto Ethos distribuídas por porte	18
Tabela 2 – Empresas associadas ao Instituto Ethos distribuídas por região.....	19
Tabela 3 – Classificação das ONGs	29
Tabela 4 – Distribuição das ONGs por setor	31
Tabela 5 – Resultado Geral	32
Tabela 6 – Resultados por tema – Resultado Global.....	35
Tabela 7 – <i>Ranking</i> da ONGs	36
Tabela 8 – Relação das 1 ^a colocadas com o Resultado Global (Respostas Positivas)	37
Tabela 9 –Relação da 7 ^a colocada com o Resultado Global (Respostas Positivas)	38

1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre a Responsabilidade Social (RS), em relação aos estudos sobre as demais áreas da administração, é ainda bem recente. Estudos expressivos abordam o tema com o objetivo de entender os papéis dos atores envolvidos neste processo e, principalmente, compreender sua aplicação nas atuais formas de negócio.

Neste contexto é significativo o desenvolvimento de uma estratégia que envolva a sociedade, que atue de forma transparente e que não deixe de se preocupar com o próprio negócio.

A preocupação de incorporar as ações de Responsabilidade Social em todas as decisões de um negócio vai além da discussão de incorporar novas atividades, mas sim de entender o funcionamento das atividades já praticadas pelas empresas e acrescentar ações que envolvam o desenvolvimento da comunidade em que está presente, que melhorem a qualidade de trabalho dos funcionários e que determinem práticas sustentáveis para o ambiente no qual estão inseridas.

A Responsabilidade Social tem sido analisada de forma crescente, com o fim de adequar seus conceitos e fundamentos à gestão das organizações. Empresas privadas e públicas buscam adequar aos seus negócios ações de Responsabilidade Social entendendo que tal atuação além de trazer melhorias nos relacionamentos com os seus vários *stakeholders*, também já possui cunho competitivo, como ressalta Primolan (2004), quando se refere às escolhas da sociedade em buscar produtos que não poluem, não enganam o consumidor e que contribuem para uma qualidade de vida melhor. Dessa forma, a RS pode se tornar a diferença no momento da venda, sendo assim, um ponto estratégico para empresas competitivas.

A influência da sociedade e, conseqüentemente, dos clientes quando optam ou não por um produto, levando em consideração a atuação da empresa e sua responsabilidade com o desenvolvimento da sociedade e do meio ambiente, é analisada de forma criteriosa por parte das organizações, uma vez que são esses os seus consumidores.

Entende-se, então, porque a Responsabilidade Social, cada vez mais, faz parte do cotidiano estratégico dos negócios, passando gradativamente a ser fim e meio nos processos operacionais das organizações. Neste contexto, o presente trabalho objetiva verificar as ações de Responsabilidade Social desenvolvidas em Organizações Não Governamentais (ONGs),

por meio da comparação das ações e forma de gestão encontradas nestes espaços com aquelas preconizadas pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social, que propõe diagnosticar a aderência das organizações às ações de Responsabilidade Social.

Dias (2012) mostra a importância da análise da atuação das ONGs, uma vez que por aspectos administrativos e de atividades desempenhadas, essas organizações podem não se enquadrar em uma classificação de Responsabilidade Social. Busca-se entender a relação existente entre os modelos de gestão e as reais atividades desempenhadas nas organizações não governamentais, tendo em vista que existe o pressuposto de que organizações que possuem esse modelo de atuação social já em sua essência praticam a Responsabilidade Social em todos os seus aspectos de participação.

As ONGs têm por encargo a criação de serviços com fim social, no intuito de promover um bem estar na sociedade. O Banco Mundial (1989) determina ONGs como sendo “organizações privadas que exercem atividades para aliviar o sofrimento, promover os interesses dos pobres, proteger o meio ambiente, prestar serviços sociais básicos, ou se comprometer com o desenvolvimento da comunidade.” (BANCO MUNDIAL, 1989).

Por se apresentar como um tema pouco debatido e ainda, por existirem dúvidas a respeito da real atuação das organizações não governamentais quanto à Responsabilidade Social, este estudo tem por fim verificar a atuação de ONGs goianienses no que diz respeito às suas ações e gestão de Responsabilidade Social.

Assim, o problema de pesquisa é identificado na questão: As ONGs da cidade de Goiânia, Goiás, por meio de suas atividades, cumprem e exercem ações de Responsabilidade Social de acordo com o preconizado pelos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social?

1.1. Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

Verificar se ONGs na cidade de Goiânia desenvolvem ações de Responsabilidade Social.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar as ações desempenhadas por ONGs em Goiânia

- Avaliar por meio dos indicadores do Instituto Ethos, se as ações desempenhadas por ONGs em Goiânia são compatíveis com as ações de Responsabilidade Social.

1.2. Justificativa

Identificar as ações de organizações que investem em um modelo de negócio voluntário e que têm por objetivos auxílio ao próximo, busca pelo bem-estar social, preservação do meio em que estão inseridas, entre outras tantas ações de proteção, defesa e auxílio à sociedade e ao meio ambiente, é uma importante discussão social. A busca pelo entendimento da forma de atuação de organizações não governamentais que trazem com suas especificidades, o desenvolvimento social coletivo e a tratativa de temáticas presentes no cotidiano da comunidade tornam-se preocupações e objeto de estudo na presente pesquisa.

Em 20 de dezembro de 2005 foi divulgado e posteriormente apoiado pelas principais organizações não governamentais do mundo a “Carta de Responsabilidades das Organizações Não Governamentais Internacionais” que retrata as responsabilidades que as ONGs assumem em todo o seu escopo de trabalho, desde os funcionários até missão e visão das organizações. Tal ação reforça a importância desse estudo para a construção e administração de organizações que vêm se tornando cada vez mais complexas e mais fiscalizadas pela sociedade e órgãos mantenedores.

Por meio da identificação das ações praticadas na rotina e na gestão das organizações não governamentais, considerando todos os pontos que tal prática venha a exigir das organizações, busca-se entender a administração voltada para a Responsabilidade Social, e assim auxiliar na construção de uma concepção sobre o tema, com a finalidade de instigar nos gestores o desenvolvimento e a adoção de práticas que envolvam todos os campos da Responsabilidade Social.

Busca-se, ainda, trazer para a academia a reflexão a respeito das formas de gestão atuais, principalmente, de organizações que, em sua maioria, são criadas por voluntários, a partir de uma preocupação em solucionar um problema social, tendo como orientação a vontade de fazer e a necessidade da comunidade.

Além da introdução já apresentada, o presente estudo contará com a discussão a respeito da ética nos negócios e será exposto o conceito, abordagem histórica e relevância da Responsabilidade Social no contexto atual, levando em consideração modelos de avaliação e

implementação da RS como os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e a norma ISO 26000. Em um terceiro momento serão apresentados os métodos utilizados na pesquisa para colher os dados e para análise do processo investigativo. Por fim, serão feitas a apresentação e discussão dos resultados encontrados e as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A fim de buscar alternativas que trouxessem maior qualidade de vida para os trabalhadores, desenvolvimento das comunidades do entorno, preservação do meio ambiente e bem estar social, a partir dos anos cinquenta, empresas, entidades públicas e privadas sem fins lucrativos estudam e qualificam as teorias de Responsabilidade Social.

Grandes instituições nacionais e internacionais trabalham ativamente para a promoção de atividades de Responsabilidade Social Empresarial, como é o caso do Instituto Ethos que desde a sua criação tem como fim o auxílio, dedicação e desenvolvimento de ações que estimulem e avaliem empresas quanto às suas atuações e estratégias, adequando-as à Responsabilidade Social.

A ABNT (2010) em sua norma ISO 26000 descreve sete benefícios da Responsabilidade Social para uma organização: (i) estímulo a realizar processos de tomada de decisão baseada e fundamentadas nas reais expectativas da sociedade (ii) mais eficiência na gestão de risco; (iii) melhoria na reputação e na confiança de todos os envolvidos com a organização; (iv) suporte em aspectos legais de operação; (v) geração de inovação; (vi) aumento da sua força competitiva no mercado e; (vii) melhoria das relações da organização com seus stakeholders.

Todas as considerações feitas pela ABNT (2010) reforçam a importância da adoção de ações de Responsabilidade Social como parte de uma visão estratégica das organizações, uma vez que essas passam a compreender o papel de todos os colaboradores, sócios, fornecedores, comunidade, clientes, etc., e a se mobilizar para que esses participem dos processos e façam realmente parte das decisões nas várias etapas que o processo imprime.

A participação de vários atores dentro do processo decisório ressalta a importância de se entender as relações éticas necessárias dentro de uma organização e os valores morais e de conduta que passam a ser priorizados.

É possível perceber a preocupação por ações de responsabilidade social em grandes organizações, no entanto, escândalos de descaso com o meio ambiente, má qualidade de trabalho, propagandas enganosas ainda existem. Morgan (2002) apresenta alguns exemplos da falta de responsabilidade social de alguns setores da economia: “As indústrias alimentícias e do fumo gastam bilhões de dólares por ano com propaganda de produtos que fazem mal à

saúde e que contribuem para a elevada incidência de câncer e de doenças dos rins, fígado, corações e pulmão.” (MORGAN, 2002:302). E também apresenta a preocupação com o meio ambiente: “... organizações industriais expõem milhões de toneladas de resíduos tóxicos nos rios e na atmosfera.” (MORGAN, 2002:302).

Em 2012, a revista *exame* lançou uma reportagem que apresenta cinco empresas envolvidas em escândalos recentes, e dentre essas estão a Coca-Cola® que teve uma de suas fábricas engarrafadoras na China fechada temporariamente por ter sido detectada a presença de cloro nos refrigerantes; e o Walmart® que foi acusado de pagar 24 milhões de dólares em suborno para acelerar a aprovação de licenças para a construção de novas lojas (EXAME, 2012).

Tais fatos demonstram a necessidade de estudos mais aprofundados sobre o tema da Responsabilidade Social, e suas implicações quanto à ética nos negócios.

2.1. Ética nos Negócios

Com o intuito de aprimorar o entendimento a respeito da Responsabilidade Social se faz necessária a compreensão da ética nos negócios, uma vez que os conceitos estão bastante ligados, as empresas americanas, que desde os anos 1970, buscam abordar o conceito de ética de maneiras diferentes, como a criação de códigos de conduta, a formação de comitês de éticas e a contratação de profissionais com perfil socialmente responsável (HURST, 2004).

Lozano (1999) reforça a força da ética dentro das organizações, mas aponta que a busca pela ética nos negócios está mais ligada às transformações culturais e sociais, do que realmente à busca de manifestações éticas dentro das empresas. E que ainda os modelos de ética existentes não podem ser tratados de forma fixa, e sim, que de acordo com a especificidade de cada problema ético dentro das organizações o mesmo deve ser situado e entendido para que seja tratado.

Dessa maneira também se pode observar que os problemas éticos empresariais deixaram de ser problemas apenas das organizações e passaram a ser preocupação de todos os envolvidos no processo, clientes, fornecedores, acionistas, colaboradores, enfim, todos que possuem alguma participação por menor que seja, estão envolvidos com os riscos e sucessos das operações éticas (SELL, 2000). Tornou-se, então, necessário o desenvolvimento de documentos que assegurem as ações equivalentes a ética e formulem acordos de conduta, uma

vez que a ética é formada segundo métodos filosóficos, diferentemente da moral que é formada por diversas opiniões e propostas de vida (LOZANO, 1999).

Aguilar (1996) ressalta que existe para o público envolvido dentro do processo de implementação de um novo padrão ou de um padrão ético mais aprimorado, a dificuldade em se adaptar e se enquadrar no que será estabelecido, uma vez que estes precisam enxergar que as mudanças propostas visam o melhor para a organização e suas relações pessoais. Dessa forma, o autor propõe três considerações importantes para o processo: primeiramente a exposição do tema, afim clarificar para os colaboradores a sua importância e intenção; em seguida, a necessidade de investir tempo e recursos para que as questões éticas sejam implementadas e todos se sintam motivados a colaborar; e por fim, realizar a transferência da responsabilidade para o nível operacional, para que a nova conduta seja implementada na rotina.

Em meio às orientações de Aguilar (1996), pode-se perceber a necessidade de uma presença ativa dos gestores nos processos éticos, uma vez que o exercício da sua profissão está ligado à busca dos objetivos das organizações, que pode ser maximização de lucros ou aumento do número de investidores, e o compromisso de orientar e exercer ações éticas em todos os meios em que a organização estiver presente.

Guarnieri (2006) aponta a dificuldade que os líderes encontram em meio a tanta competitividade e exigência: aliar os resultados financeiros positivos e os preceitos éticos. Entretanto, essa necessidade já se tornou uma exigência não apenas interna, mas principalmente, da sociedade, em que se entende que a lealdade das organizações com os clientes e com a sociedade vai além de ações éticas, mas também do fato de assumir os encargos e ônus da culpa por algo visto como antiético. Com a economia e o mundo tão globalizados a adoção de padrões éticos e morais mais rigorosos, passam a ser obrigação das organizações (VELOSO, 2006 E JUNIOR, 2004).

Considerando a atuação das organizações perante os seus stakeholders, Lozano (1999) insere a ética dos negócios na pirâmide da hermenêutica da responsabilidade, em que a ética de responsabilidade, ética de humanidade e ética configuradora de sujeitos e contextos são colocados em cada um de seus vértices; nessa perspectiva analisa-se cada um dos pontos levando em consideração aspectos internos e externos. No contexto da ética de responsabilidade, Lozano (1999) discorre da importância em se entender as consequências das ações realizadas pelas organizações sobre todos os envolvidos e isto implica compreender e

interpretar os critérios que os envolvem, tais como as leis e a cultura, e ainda assim não desvinculá-los às prioridades e à tomada de decisão da organização.

Dentro da ética configuradora de sujeitos e contexto, Lozano (1999) apresenta a necessidade de entender a pluralidade das dimensões dos indivíduos morais para que sejam feitas as tratativas éticas dentro das organizações, considerando que a formação da identidade ética de uma organização é desenvolvida por meio do reconhecimento dos bens internos relacionados com os objetivos a serem alcançados. E por fim, a ética de humanidade, que Lozano (1999) descreve como sendo a parte ética relacionada ao princípio da universalidade e à realização da autonomia, ou seja, consideração dos seres envolvidos como sendo únicos e possuidores do direito de autonomia. Os três pontos levantados são considerados por Lozano (1999) de forma inseparável uma vez que são complementares, e foram colocados em forma circular (pirâmide) em sua descrição por acreditar não existir um primeiro ou último, todos devem ser considerados de forma contínua.

Para se entender a ética dentro das organizações e aplicá-la é importante entender e enxergar todos os campos e relações em que a conduta moral se faz necessária, levando em consideração as pessoas, as relações, a sociedade e sua história (LOZANO, 1999).

2.2. Conceito e Abordagem Histórica da Responsabilidade Social

Os primeiros estudos modernos a respeito de Responsabilidade Social são apresentadas por Carroll (1999) como sendo a intenção de levar para os negócios e organizações uma consciência social, uma reflexão sobre a responsabilidade dos homens de negócios em verificar e atuar sobre as consequências de suas ações na sociedade. Afirma que a partir dos anos 50 diversas pesquisas começaram a ser realizadas com o objetivo de compreender o novo conceito que surgia e verificar a preocupação das organizações em relação aos impactos de suas ações (CARROLL, 1999).

Durante a década de 60 buscou-se identificar, por meio de diferentes pontos de vista, uma definição da Responsabilidade Social, dessa forma, apresenta-se a importante contribuição que o *Comitee of Economic Development* (CED) teve para a construção do conceito em sua publicação *Social Responsibilities of Business Corporations* em 1971, na qual são evidenciadas as mudanças que estavam ocorrendo na relação entre empresa e sociedade, em que se deixava claro que estes importantes setores passariam a caminhar por um novo e importante trajeto (CARROLL, 1999).

O contexto de surgimento das primeiras ações de Responsabilidade Social no Brasil coincide com as atividades desenvolvidas pelo Instituto Brasileiro de Análise Social (Ibase), no início dos anos de 1980, quando o instituto já vinha desenvolvendo campanhas sociais. Estas atividades ganham força a partir de 1993, quando a problemática da fome foi exposta para a toda a sociedade e a mesma foi convidada para solucionar a questão com a campanha “Ação da Cidadania contra a Miséria pela Vida” (GOMES; VELOSO E VALE, 2010).

Malho e Cândido (2009) apontam como situação importante para a adoção de princípios de Responsabilidade Social nas empresas, o cenário econômico, político e social contemporâneo às primeiras ações de Responsabilidade Social, momento que se destaca por grandes problemas no Brasil caracterizando, dessa forma, o surgimento de responsabilidades a partir de novos valores.

A fim de contextualizar a presença e mudança nas concepções das empresas do final do século XX, Dias (2012) aponta as principais tendências que levaram as empresas a repensar as suas atuações: (i) a aceleração do processo de inovação tecnológica, com mudanças no campo da informática e das comunicações acontecendo de forma rápida e gerando assim revoluções no campo do conhecimento; (ii) a intensificação da globalização, a divulgação de processos e tendências de forma global e; (iii) os processos de reformulação do papel do Estado, que sai de um papel tradicional para um papel mais regulador, atuando com a transferência de responsabilidades para as organizações da sociedade civil, a fim de trabalhar com um melhor atendimento às atividades de cunho social que antes eram de sua responsabilidade.

No cenário de surgimento de ações socialmente responsáveis, nasce o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial que tem como motivação o desenvolvimento de ações de Responsabilidade Social em duas abordagens: (i) o desenvolvimento de ações direcionadas à disseminação do assunto e auxílio às empresas, por meio do envolvimento de “agentes multiplicadores”, professores e jornalistas e; (ii) a disseminação da confirmação de uma responsabilidade existente para o setor empresarial (GOMES, VELOSO E VALE, 2010).

O envolvimento das empresas com ações socialmente responsáveis pode ser explicado devido ao contexto totalmente propício para o surgimento destas atividades. Nesse sentido, o Instituto Ethos, quando disserta sobre valores, transparência e governança, deixa claro que a consciência, por parte das empresas, de que as suas atividades têm um impacto maior do que

o antes imaginado, é o primeiro passo para a mudança real e, principalmente, para a adequação à realidade que surge (INSTITUTO ETHOS, 2013).

The basic idea of corporate social responsibility is that business and society are interwoven rather than distinct entities; therefore, society has certain expectations for appropriate business behavior and outcomes. However, a review of the literature shows that attempts to specify principles of CSR have not distinguished among three conceptually distinct though related phenomena: expectations placed on all businesses because of their roles as economic institutions, expectations placed on particular firms because of what they are and what they do, and expectations placed on managers (and others) as moral actors within the firm (WOOD, 1991: 695).

No contexto do crescimento das discussões sobre Responsabilidade Social, apresentam-se como atribuições de uma empresa socialmente responsável: a valorização de seus funcionários; o entendimento e respeito pelos direitos dos acionistas; a conduta ética com os clientes e fornecedores; participar ou apoiar programas de preservação ambiental e auxílio social; atender à lei e; divulgar relatórios a respeito de suas atividades (FERREIRA, 2006).

As ações socialmente responsáveis se firmam em três aspectos principais: a ampliação do alcance da responsabilidade da empresa; a mudança na natureza das responsabilidades e; a adequação às demandas sociais (DIAS E DUARTE, 1986).

A Responsabilidade Social deve ser adotada de forma voluntária, trata-se de uma decisão e adequação das atividades que vão além das leis e da filantropia. Deve surgir de uma preocupação com os impactos externos das suas atividades e com as relações estabelecidas entre os *stakeholders* (DIAS, 2012). A execução de atividades de Responsabilidade Social não deve se sobrepôr às atividades principais do negócio, uma vez que as ações socialmente responsáveis devem fazer parte das estratégias para alcançar os objetivos organizacionais. “É um ato de irresponsabilidade uma organização aceitar – e mais ainda procurar assumir – responsabilidades que impediriam de assumir sua capacidade de desempenhar sua principal tarefa e missão ou agir onde não tem competência.” (DRUCKER, 2002).

O Instituto Ethos (2013) define responsabilidade social a partir de sete eixos principais: (i) valores, transparência e governança; (ii) público interno; (iii) meio ambiente; (iv) fornecedores; (v) consumidores e clientes; (vi) comunidade e; (vii) sociedade e governo. Por meio dessas diretrizes, acredita-se que organizações socialmente responsáveis, buscam compreender a dinâmica de atuação em cada um desses eixos, a fim de estender suas ações e contemplar a todos. A Responsabilidade Social busca transparência nas relações entre

funcionários, cliente, fornecedores e comunidade; para que todos os *stakeholders* sintam-se responsáveis pelo desenvolvimento de toda a cadeia, para que exista a preocupação social da empresa com os funcionários, dos funcionários com os clientes, dos fornecedores com a comunidade, que todos se sintam envolvidos na mesma causa (ETHOS E SEBRAE, 2006).

As diferentes expectativas existentes em torno do tema de Responsabilidade Social aumentam a responsabilidade das organizações que buscam atender os requisitos e agir de forma socialmente responsável. Dessa forma, diversas entidades preocupadas com os diferentes estágios de conhecimento a respeito da Responsabilidade Social presente nas organizações, vêm produzindo documentos com o intuito de auxiliar a compreensão e aplicação do tema em diferentes meios. Temos como exemplo a ABNT NBR ISO 26000, elaborada em 2010, com grande representatividade para o avanço da Responsabilidade, e as várias gerações dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial que são publicadas desde o ano de 2000.

2.3. ISO 26000

De acordo com a ABNT (2010), a Responsabilidade Social representa a vontade e a dedicação das empresas em incorporarem em seus processos de decisão e de responsabilidade as questões socioambientais e os impactos que suas atividades geram em todos os stakeholders, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento sustentável do meio.

A ISO 26000 foi publicada em novembro de 2010, com o objetivo de levar os conceitos de Responsabilidade Social a todos os tipos de organizações, independente do porte ou localização. O seu uso não é obrigatório, trata-se de mais uma ferramenta de apoio para a implantação de práticas socialmente responsáveis. Também faz parte da preocupação da norma clarificar as influências que a adoção de suas práticas trará para as empresas participantes: vantagem competitiva, melhoria na reputação, aumento da capacidade de atrair e manter todos os colaboradores, a manutenção da moral, compromisso e produtividade dos funcionários, melhor percepção do negócio por parte dos investidores e melhora na relação com a comunidade em que está inserida (ABNT, 2010).

Confirmando a aplicação da norma para organizações de todos os tamanhos, a ABNT (2010) esclarece sobre a Responsabilidade Social em micro e pequenas empresas, destacando a importância das ações que são realizadas em organização desse porte, uma vez que essas, normalmente, já possuem um relacionamento próximo com a comunidade local, são mais

flexíveis e as ações podem ser simples, práticas e com uma boa relação custo-benefício. A norma esclarece que para que as ações de Responsabilidade Social em micro e pequenas empresas sejam ainda mais exitosas, devem ser analisadas as seguintes considerações: a importância da transparência nos processos e relatórios, a necessidade de criação de um plano para contingência dos impactos gerados em longo prazo, a possível utilização de manuais e programas de Responsabilidade Social e a busca em agir coletivamente com outras organizações.

Seguindo com as orientações da ISO 26000, a ABNT (2010) define os princípios de Responsabilidade Social como sendo sete: *accountability*, transparência, comportamento ético, respeito pelos interesses das partes interessadas, respeito pelo estado de direito, respeito pelas normas internacionais de comportamento e respeito pelos direitos humanos. Faz-se de extrema importância que as organizações guiem seus comportamentos em regras, normas e diretrizes; desta os princípios destacados objetivam, então, auxiliar o cumprimento de uma conduta moral e correta, mesmo em momentos que isso represente um desafio.

E ainda com a preocupação de equilibrar o entendimento a respeito da Responsabilidade Social, encontram-se na ISO 26000 sete temas centrais da Responsabilidade Social: governança organizacional, direitos humanos, práticas de trabalho, meio ambiente, práticas leais de operação, questões relativas ao consumidor e envolvimento e desenvolvimento da comunidade. Os temas centrais são expostos com o objetivo de que as organizações que adotam a prática da Responsabilidade Social consigam compreender e aplicá-los em sua totalidade, uma vez que são complementares e interdependentes; no entanto, entende-se que por vezes para se adotar uma questão, outra questão pode ser desconsiderada, entretanto nenhuma escolha deve afetar negativamente uma questão ou tema central (ABNT, 2010).

Todos os aspectos levantados pela norma têm por finalidade fornecer diretrizes para setores e organizações interessados em implantar ações de Responsabilidade Social na estratégia do seu negócio.

2.4. Instituto Ethos

De acordo com documentos próprios, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial foi criado no ano de 1998, por um grupo de empresários do segundo setor, com o propósito de se organizarem em torno das ações de Responsabilidade Social e atuarem com organizações do setor privado. Hoje o Instituto Ethos possui 1520 empresas associadas, distribuídas da forma como segue na tabela 1:

Tabela 1: Empresas associadas ao Instituto Ethos distribuídas por porte

Porte	Total de Empresas	Porcentagem
Micro Empresa	294	19%
Pequena Empresa	428	28%
Média Empresa	270	18%
Grande Empresa	470	31%
Não Informado	58	4%

Fonte: Adaptado do Instituto Ethos

Na tabela 2 as empresas estão distribuídas quanto à presença nas regiões do país.

Tabela 2: Empresas associadas ao Instituto Ethos distribuídas por região

REGIÃO	Nº DE EMPRESAS	PORCENTAGEM
NORTE	32	2%
NORDESTE	144	9%
CENTRO-OESTE	75	5%
SUDESTE	1149	76%
SUL	120	8%

Fonte: Adaptado do Instituto Ethos

Em Goiás, há 23 empresas que são associadas ao Instituto Ethos, dentre essas se encontram: Flamboyant Shopping Center, Artesanal Farmácia de Manipulação, Laboratório Núcleo, CIFARMA, Toctao Engenharia, dentre outras (INSTITUTO ETHOS, 2013).

De acordo com Gomes, Veloso e Vale (2010) o Instituto Ethos se consolidou como a instituição mais importante na área de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil, e a sua preocupação com a causa social e, principalmente, na disseminação e aplicação da mesma nas estratégias organizacionais é perceptível quando analisadas a missão do instituto:

A missão do Instituto Ethos é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa (INSTITUTO ETHOS, 2013).

A partir de sua missão, o Instituto Ethos ainda elenca seis formas práticas de auxiliar as organizações com o intuito de disseminar as ações e prática de Responsabilidade Social, por meio do auxílio à compreensão e incorporação do conceito de socialmente responsável; à implementação de políticas e práticas que atendam à ética e que contribuam para o alcance da sustentabilidade financeira; à assunção das responsabilidades com todos os envolvidos; à demonstração de um comportamento socialmente responsável para com os acionistas; à identificação de atuações inovadoras e eficazes com a comunidade e; ao crescimento aliado ao desenvolvimento sustentável (INSTITUTO ETHOS, 2013).

Por se tratar de uma organização originalmente inovadora em seu plano de atuação, o Instituto Ethos é considerado o primeiro a trabalhar de forma orgânica e com grande articulação com as empresas que atuavam no Brasil na época de seu surgimento (MACHADO, 2012).

Este autor classifica a atuação do Instituto Ethos em quatro eixos: social, de adequação internacional, ambiental e de políticas públicas. O eixo social se define pelo grande envolvimento entre negócio e sociedade, seu ponto central é o desenvolvimento social e o envolvimento do empresariado. O segundo eixo - adequação internacional - demonstra a busca por ferramentas de avaliação de práticas de Responsabilidade Social e sistemas de certificações internacionais, ponto que auxilia na atualização constante dos métodos utilizados e da confiabilidade de atuação do instituto.

O terceiro ponto – ambiental – talvez seja o principal eixo de atuação do Instituto dada a grande pressão que existe a respeito tema, como o desenvolvimento sustentável. Por fim, o eixo de políticas públicas, apresenta a grande preocupação do Instituto frente à conscientização e adoção de responsabilidade das empresas frente às suas ações cujo impacto se dá em toda a sociedade.

Tendo em vista o cenário de atuação do Instituto Ethos, fica claro o interesse em entender o trabalho desenvolvido por empresas que desempenham atividades e adequem suas estratégias às ações de Responsabilidade Social.

2.4.1. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

No ano de 2000 foi criado, pelo Instituto Ethos, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, com o objetivo de facilitar a avaliação, por partes das empresas associadas, da gestão com o olhar voltado para Responsabilidade Social e sustentabilidade.

Os Indicadores Ethos foram desenvolvidos na forma de questionários para que as organizações possam realizar um autodiagnóstico de sua atuação como socialmente responsável. A partir de sete temas centrais, a avaliação permite que organizações que já possuem ações de Responsabilidade Social possam aprimorá-las e que organizações que ainda não possuem possam elaborar planos de ação em curto, médio e longo prazo. Os temas centrais são: Valores, Transparência e Governança; Público Interno; Meio Ambiente; Fornecedores; Consumidores e Clientes; Comunidade; e Governo e Sociedade (INSTITUTO ETHOS, 2013).

Os Indicadores possuem três gerações, sendo a primeira de 2000 à 2006, responsável por confirmar o discurso sobre o tema nos vários setores e em organizações de diferentes portes. A segunda geração esteve disponível até 28 de junho de 2013, sua inovação foi o fato de ter um sistema online para preenchimento dos indicadores e, assim facilitar a comunicação das organizações com seus fornecedores e clientes e a verificação de suas ações Responsabilidade Social, e a terceira que está em fase de teste e que até o momento possui apenas uma versão intermediária (INSTITUTO ETHOS, 2013).

A segunda geração dos indicadores possui uma plataforma para teste que auxilia as organizações que têm dúvida da sua utilização ou que pretendem fazer apenas uma simulação da avaliação, a partir do simulador presente no site do Instituto Ethos (SIMULADOR ETHOS, 2013).

Desde 2000, o Instituto Ethos vem desenvolvendo indicadores específicos com o objetivo de atender a públicos específicos, dessa forma, já foram criados três diferentes indicadores: para micro e pequenas empresas, para grandes e médias empresas e para setores da economia específicos. Criado em 2006, o indicador para micro e pequenas empresas, possui uma estruturação para avaliação dividida em perguntas-chaves, perguntas binárias e perguntas quantitativas. Esse indicador foi criado em parceria com o Serviço Brasileiro de

Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) como objetivo de disseminar as ações e incentivar o universo de micro e pequenas empresas a realizar a Responsabilidade Social.

O SEBRAE foi criado em 1972 com a missão de “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte” (SEBRAE, 2013).

O SEBRAE trabalha com parcerias com o setor público e o setor privado para a promoção de programas capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados. Através de uma parceria com o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial em 2003, as duas instituições desenvolveram as publicações: Ferramentas de Auto Avaliação de Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas e Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo, com o objetivo de levar às micro e pequenas empresas informações necessárias para a construção de ações de Responsabilidade Social em suas gestões. No ano de 2006 os indicadores foram revistados, e assim, publicados para aplicação on-line (SEBRAE, 2013 e ETHOS E SEBRAE, 2012).

Para criação do indicador para grandes e médias empresas teve como preocupação avaliar, por meio de questões de profundidade, o estágio em que as organizações se encontram com as questões e ações de Responsabilidade Social. E por fim, dentro da segunda geração dos indicadores, o Instituto Ethos apresenta os indicadores setoriais, que trazem avaliações para diferentes setores de atuação, com a finalidade de ter uma análise mais detalhada dos desafios e peculiaridades de cada setor. Hoje os setores que possuem uma avaliação própria são: construção civil, financeiro, franquias, jornais, mineração, panificação, papel e celulose, petróleo e gás, bares e restaurantes, transporte rodoviário de passageiros e varejo. (INSTITUTO ETHOS, 2013)

Ainda no ano de 2013 o Instituto Ethos, lançará a terceira geração dos indicadores, em que sua construção se dará por meio de um processo participativo, e levando em consideração os relatórios de sustentabilidade da *Global Reporting Initiative*, planejamento de negócio e gestão de metas para a sustentabilidade, a norma ABNT NBR ISO 26000, a utilização dos indicadores para gestão e desenvolvimento da sustentabilidade da cadeia de valor e as discussões de RIO+20. Todas as iniciativas utilizadas pelo Instituto Ethos para a construção da terceira geração dos indicadores tem por objetivo ampliar as relações das organizações

com sua cadeia de valor e aumentar o entendimento de suas ações a respeito de Responsabilidade Social (INSTITUTO ETHOS, 2013).

2.5. Organizações Não Governamentais

O surgimento do termo organizações não governamentais aconteceu na Europa na década de 60, para denominar organizações internacionais que não representavam países, mas possuíam atuações representativas e presença oficial na Organização das Nações Unidas (ONU). O crescimento das ONGs européias, por meio da promoção de projetos para auxílio de países em desenvolvimento, foi ponto principal para a criação de organizações não governamentais nos países do hemisfério sul (ALBUQUERQUE, 2006).

No cenário brasileiro dos anos 80 e 90 com o advento de ações de cunho social, empresas e governo passam a ter uma preocupação cada vez maior com o impacto de suas atividades na sociedade e assim as ONGs aparecem com uma alternativa eficaz na gestão das políticas sociais (VIDAL E MENEZES, 2004).

Em 1992, com o evento Rio-92, as organizações não governamentais consolidaram suas participações nas questões internacionais sobre meio ambiente e desenvolvimento. A partir da capacidade de entender os problemas sociais das comunidades e agir de forma direta por meio de fóruns e associações em todo o mundo, essas organizações vêm tomando cada vez mais força de atuação e participação política (ABONG, 2013).

Neste contexto político, nota-se a importância das associações que envolvem as organizações não governamentais, no intuito de aumentar a força e participação política para defesa de suas causas, “as associações ou plataformas de organizações não governamentais se mobilizam para afirmar a legitimidade dessas organizações como atores na esfera pública, promotoras de transformações na perspectiva da justiça social e ambiental.” (ABONG, 2013:7).

Mañas e Medeiros (2012:18) situam as ONGs dentro do terceiro setor definido como sendo: “um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam a produção de bens e serviços públicos que não geram lucro, mas respondem a necessidades coletivas.”. Percebe-se assim que esse setor envolve desde questões de filantropia, luta pela manutenção, nos diferentes âmbitos, dos direitos humanos e todas as demais questões que envolvem a sociedade.

Em vista do cenário de crescimento dessas organizações, Albuquerque (2006) aponta três aspectos responsáveis pelo avanço do terceiro setor: a reformulação do papel tradicional do Estado; o crescimento da participação das organizações em mais áreas de atuação e também o crescimento do número de instituições e; as crises econômicas e sociais que ocorreram em todo o mundo e, assim, as organizações do terceiro setor passaram a ser estratégica alternativa entre o mercado e o Estado.

As organizações não governamentais “possuem como objetivo a elaboração e realização de ações para estabelecerem um novo modelo de relação Estado/sociedade a partir da atuação em áreas com demandas sociais geradas pelo déficit dos serviços públicos.” (CARVALHO E FADUL, 2012:149), dessa forma, entende-se que o terceiro setor existe como um complemento às atividades desenvolvidas pelo governo, atuando de forma a auxiliar no cumprimento do objetivo do setor público: promover o bem estar social. Albuquerque (2006:31) complementa definindo organizações não governamentais como sendo: “instituições privadas sem fins lucrativos que, ao obter algum resultado econômico de suas atividades, devem reinvesti-lo na atividade-alvo da organização.”.

Os trabalhos das ONGs são bastante diversificados e seu público alvo inclui desde associações, sindicatos, grupos religiosos, crianças de rua, portadores de deficiências físicas, moradores de rua, presos comuns, recortes étnicos, ou de gênero, como negros, povos indígenas e mulheres (TACHIZAWA, POZO E ALVES, 2012).

No Brasil, a maior partedaas organizações não governamentais têm como público alvo a população carente e as atividades desempenhadas são planejadas para atender suas necessidades. Dessa forma, trabalham, na maioria das vezes, na defesa dos direitos deste público, capacitando pessoas, mobilizando a população, auxiliando na articulação política e disseminação da informação (COELHO, 2005 e ALBUQUERQUE, 2006).

As ONGs “não possuem um termo definido em lei, mas vêm sendo socialmente construídas como uma categoria para designar um conjunto de entidades com características peculiares, reconhecidas por seus agentes, pelo senso comum e até pela opinião pública” (TACHIZAWA, POZO E ALVES, 2012:55-56).

Com o intuito de dar mais visibilidade às organizações não governamentais foi fundada em 1991, a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (ABONG), a partir do agrupamento de organizações com perfil político, preocupadas com a luta de

resistência ao autoritarismo, com a busca pela consolidação de novos sujeitos políticos e movimentos sociais, e tendo como objetivo lutar, defender, dialogar com os mais diversos setores da sociedade a fim de que os direitos humanos fossem preservados (ABONG, 2013).

Hoje a ABONG, conta com 250 instituições associadas e tem cinco objetivos específicos de atuação, para um plano trienal (2010-2013):

- Construção e divulgação de novos paradigmas de desenvolvimento;
- Avanço da luta pela Reforma Política;
- Disseminar uma cultura de direitos humanos;
- Criação de um contexto político, social e legal favorável à atuação das organizações não governamentais;
- Fortalecimento institucional das organizações da sociedade civil, fortalecendo a gestão e comunicação com a sociedade (ABONG, 2013).

Ao atender aos interesses da sociedade as ONGs estabelecem relações de parceria e de contrato com o Estado, dessa forma, a sociedade civil passa a ter um papel ativo, sendo mais eficaz nas tratativas das demandas sociais (CAVALCANTI, 2008).

Fischer e Novaes (2005) destacam algumas mudanças de atuação que vêm ocorrendo com as ONGs. Mesmo se tratando de um texto de 2005, percebe-se a atualidade dos pontos apresentados e os seus reais envolvimento com o Estado:

- Novas formas e modelos de gestão dos negócios públicos – políticas de alianças e parcerias intersetoriais;
- Novas formas de fazer política entre os movimentos sociais, como o uso de recursos da mídia e de espaços urbanos para dar visibilidade às ações;
- Novas articulações entre ONGs, governos e empresários, no chamado Terceiro Setor da economia, que tem gerado novas modalidades de trabalho dentro do que está sendo redefinido como ‘voluntariado’ (FISCHER E NOVAES, 2005:149).

3. METODOLOGIA

Considerando o problema de pesquisa do presente estudo – ações de Responsabilidade Social em ONGs de Goiânia – esta pesquisa pode ser classificada, quanto aos fins, como sendo descritiva e exploratória. Descritiva, pois “expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno” (VERGARA, 2000:47), no caso, as ações de Responsabilidade Social desenvolvidos por organizações não governamentais em Goiânia; e exploratória, uma vez que “é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado.” (VERGARA, 2000:47).

Quanto aos meios, a pesquisa se classificou como sendo bibliográfica e de campo. Bibliográfica, pois “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral.” (VERGARA,2000:48) e de campo, uma vez que se realizou “investigação empírica realizada em local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explica-lo.” (VERGARA,2000:47). Assim sendo, a presente pesquisa é classificada como bibliográfica, pois foi feita investigação teórica para a exposição dos assuntos relacionados: ética nos negócios, conceitos e evolução da Responsabilidade Social, o Instituto Ethos e as Organizações Não Governamentais; e também classificada como de campo, pois houve a coleta de dados primários nas ONGs da amostra.

3.1. Método de Coleta de Dados

Como instrumento de coleta de dados, foram feitas entrevistas padronizadas, “aquelas em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido. (...) Elas se realizam de acordo com um formulário elaborado.” (MARCONI E LAKATOS, 2008:201). O formulário (APÊNDICE A) aplicado é uma adaptação feita pela autora baseada no questionário dos Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social para micro e pequenas empresas, trata-se de uma publicação de 2006 realizada pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social em parceria com o SEBRAE. Utilizou-se esse questionário em especial devido ao fato de 75% da amostra se encaixar no perfil de micro ou pequena organização. A adaptação do questionário se fez necessária uma vez que a realidade das organizações não governamentais é diferente da realidade das organizações do primeiro ou segundo setor.

O formulário aplicado foi dividido em sete temas: (i) governança, transparência e valores; (ii) público interno; (iii) meio ambiente; (iv) fornecedores; (v) usuários; (vi) comunidade e; (vii) sociedade e governo. Para adaptação do questionário Ethos-Sebrae foram retiradas oito questões: 5; 8; 24; 25; 28; 29; 30 e 31; alterado o texto das demais questões e a mudança do tema (v) para usuários. Todas as alterações foram necessárias para adequação à realidade das organizações entrevistadas.

A aplicação dos formulários foi feita por meio de entrevistas presenciais em local definido pelo entrevistado; além do formulário, foi utilizado um roteiro de apoio (APÊNDICE B), para auxiliar o entrevistador na condução das entrevistas, que duraram em média 40 minutos.

Para aplicação do formulário de coleta de dados e entrevista, a pesquisadora solicitou e obteve formalmente das ONGs pesquisadas a autorização para utilização de todas as informações fornecidas e a divulgação de seus nomes, no presente estudo. Apenas uma organização não quis se identificar e foi nomeada com um nome fictício.

3.2. Universo, Amostra e Local da Pesquisa

A relação de ONGs selecionadas para esta pesquisa foi obtida por meio da lista de organizações não governamentais cedida pela Organização das Voluntárias de Goiás (OVG) em 05 de junho de 2013.

A presente pesquisa partiu de uma lista composta por 191 organizações não governamentais da cidade de Goiânia, Goiás. Como critério de exclusão, foram retiradas todas as organizações que tem por finalidade principal a prática religiosa, formando então um universo de 170 organizações. Destas, a partir de uma amostra respaldada no critério de acessibilidade: “longe de qualquer procedimento estatístico, seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles.” (VERGARA, 2000:51), dessa forma, foram entrevistadas 16 organizações situadas na cidade de Goiânia, em que se possuía um conhecimento prévio de seus trabalhos e/ou dirigentes, distribuídas em diversos setores.

3.3. Tratamento de Dados

Após a obtenção, os dados foram sistematizados com base nos sete temas apresentados no formulário, através de uma análise quali-quantitativa: tratamento de dados que se utiliza de procedimentos estatísticos(Vergara, 2000).

Para que pudesse ser feita a análise das perguntas respondidas, optou-se por colocar um número correspondente a cada uma das alternativas de respostas: 0 correspondente ao não; 1 correspondente ao sim e; 2 correspondente ao não se aplica. Dessa forma, todas as respostas foram passadas para uma planilha de Excel®, para que a partir dos números, fossem feitas análises quantitativas.

As respostas foram imputadas em uma tabela que continha todas as organizações não governamentais relacionadas em linha e todas as questões relacionadas em coluna. A partir da tabela montada, organizou-se os cálculos para que fossem somadas todas as respostas sim, não e não se aplica relativas a cada questão e que assim gerassem as porcentagens relativas a cada um dos itens.

Após a análise por questão, fez-se os cálculos para a obtenção dos totais de respostas referentes a cada um dos temas e a porcentagem global das respostas positivas, negativas e da que não se aplicaram às organizações.

Devido ao não acesso à metodologia de avaliação utilizada pelo Instituto Ethos, considerou-se a seguinte escala: respostas positivas em número inferior a 50% como pouco satisfatórias; respostas positivas de 51% a 80% como satisfatórias e; respostas positivas de 81% a 100% como muito satisfatórias.

Foram feitas análises qualitativas por meio das respostas adquiridas no roteiro de apoio, e estas deram base para que fossem feitas considerações sobre as organizações e seus resultados. Além dessa forma, comparações entre as instituições serviram de apoio para o alcance dos objetivos propostos.

4. APRESENTAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. Apresentação das Organizações Não Governamentais Estudadas

Foram entrevistadas 16 organizações não governamentais situadas na cidade de Goiânia, Goiás; todas as entrevistadas possuem CNPJ próprio. Pelo fato de a amostra ter sido escolhida por acessibilidade, as organizações possuem características distintas.

A tabela 3 apresenta as organizações não governamentais entrevistadas e suas respectivas áreas de atuação, bem como o seu ano de fundação e o número de funcionários ‘contratados’ e ‘voluntários’ que nelas atuam. Apenas uma organização não quis se identificar, sendo, neste trabalho, denominada de ‘Organização A’.

Tabela 3: Classificação das ONGs

ONG	Área de Atuação	Fundação	Contratados	Voluntários
ADFEGO	Deficientes Físicos	1981	20	5
Abrigo dos Idosos São Vicente de Paulo	Idosos	1978	42	3
ASCEP	Saúde Mental	1991	69	5
Associação Beija Flor	Crianças	1996	15	1
Associação Metamorfose	Dependentes Químicos	1996	0	20
Associação Pestalozzi de Goiânia	Saúde Mental	1974	61	0
Instituto Espírita Bатуíra de Saúde Mental	Saúde Mental	1949	54	100
Casa Talitha Kum	Crianças	1998	5	4
CECOM	Crianças	1984	41	1
CEVAM	Proteção à mulher	1981	16	4
Circo Lahetô	Crianças	1996	14	0
Grupago	Pacientes Reumáticos	1992	0	16
Grupo Fraternal de Assistência Social	Crianças e Idosos	1993	26	4
Grupo Pela Vidda	AIDS	1982	10	0
Movimento Terra Livre - ATEC	Meio Ambiente	2000	0	61
Organização A	Crianças	1951	54	8

Fonte: Elaborado pela autora

As ONGs: ASCEP (Associação de Serviço à Criança Especial), Instituto Espírita Bатуíra de Saúde Mental, Associação Pestalozzi de Goiânia – CAE Peter Pan e a ADFEGO (Associação dos Deficientes Físicos do Estado de Goiás) são organizações que trabalham com o amparo e tratamento às pessoas portadoras de deficiência, seja ela mental, auditiva, motora ou visual.

Fazem parte da amostra seis organizações que trabalham com o apoio, amparo e assistência às crianças: Circo Lahetô, Associação Beija Flor, CECOM (Centro de Educação Comunitária de Meninas e Meninos), Grupo Fraternal de Assistência Social, Organização A e Casa Thalita Kum. Essas instituições trabalham em três formatos: atendimento contra turno, creche e/ou escola e abrigo, com o foco no atendimento da comunidade do entorno.

O Grupo Fraternal de Assistência Social, além de manter uma creche para atendimento das crianças do setor Finsocial, possui um abrigo de idosos, realizando trabalho semelhante ao Abrigo de Idosos São Vicente de Paulo: cuidado e reabilitação de idosos que moram ou utilizam os serviços de fisioterapia e médicos de ambos os locais.

A Associação Metamorfose trabalha com assistência e tratamento a dependentes químicos e o Grupago (Grupo de Pacientes Artríticos de Goiás) realiza suas atividades por meio do auxílio ao fornecimento de soluções, produtos e serviços a pacientes reumáticos.

Na busca pela valorização da mulher, fez parte da amostra o CEVAM (Centro de Valorização da Mulher) que atua em Goiânia desde 1981, com o objetivo de auxiliar mulheres que sofrem de violência, abuso e abandono.

O Grupo Pela Vidua é uma organização que tem atividades pautadas no apoio à portadores de doenças sexualmente transmissíveis, como HIV / AIDS.

E por fim, o Movimento Terra Livre – ATEC que se caracteriza por um movimento social, que tem por objetivo e luta a distribuição justa da terra - reforma agrária - e para isso conta com atuação em todo o Brasil.

Quanto ao ano de fundação, 69% das organizações são das décadas de 80 e 90, entende-se a relevância de tal porcentagem, por esse se tratar do período de surgimento e desenvolvimento dessas organizações no Brasil. O Instituto Espírita Batuíra de Saúde Mental, tem sua fundação em 1949, sendo a mais antiga organização da amostra e o Movimento Terra Livre – ATEC, em 2000, sendo essa a organização fundada mais recentemente.

Contrariando a ideia de que a maioria dos funcionários das organizações do terceiro setor é voluntária, a pesquisa nos mostra que em 75% das organizações o número de funcionários contratados se sobrepõe ao número de funcionários voluntários, sendo que em duas todos os funcionários são contratados. No entanto, o Instituto Batuíra possui 100

funcionários voluntários, sendo essa a organização que mais possui funcionários (contratados e voluntários) de toda a amostra.

Na Associação Pestalozzi e no Grupo Pela Vidda, grande parte dos funcionários contratados são prestadores de serviços ou funcionários designados de algum órgão do governo da esfera municipal.

Não se percebe na distribuição das organizações por bairro regularidade quanto à sua atuação, no entanto, identifica-se que as organizações que trabalham com crianças e idosos atuam com comunidades da periferia, por mais que sua sede seja no centro da cidade. E que as organizações de apoio e tratamento aos deficientes, não possuem atuação específica por bairro. Segue abaixo a distribuição das organizações:

Tabela 4: Distribuição das ONGs por setor

Setor	Nº de ONGs
Alto da Glória	1
Bairro da vitória	1
Campinas	1
Centro	1
Finsocial	1
Jardim Europa	1
Jardim Goiás	2
Local de Assentamento	1
Norte Ferroviário	1
Santos Dummond	1
Setor Sul	1
Universitário	1
Vila Americano do Brasil	1
Vila Nova	2

Fonte: Elaborado pela autora

4.2. Apresentação e Discussão dos Resultados

Neste tópico, serão feitas as seguintes apresentações e análises: resultado agregado para os setes temas pesquisados: por item e de forma global (Tabela 5 e 6); *Ranking* das ONGs segundo seu grau de Responsabilidade Social (Tabela 7); inter-relação entre o ranking das organizações e o resultado global (Tabelas 8 e 9).

Tabela 5: Resultado Geral

Nº	TEMA	SIM	NÃO	N/A
VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA				
1.1	Compromissos Éticos	94%	6%	0%
1.2	Práticas Antipropina	100%	0%	0%
1.3	Práticas Anticorrupção	100%	0%	0%
1.4	Divulgação de Relatórios	94%	6%	0%
TOTAL 1 (Média)		97%	3%	0%
PÚBLICO INTERNO				
2.1	Cuidados com Saúde e Segurança no Trabalho	100%	0%	0%
2.2	Benefícios Adicionais	75%	25%	0%
2.3	Valorização da Diversidade	100%	0%	0%
2.4	Inclusão de Pessoas	75%	19%	6%
2.5	Relações com Sindicatos	81%	6%	13%
2.6	Desenvolvimento Profissional e Pessoal	100%	0%	0%
2.7	Acesso à Informação	100%	0%	0%
TOTAL 2 (Média)		90%	7%	3%
MEIO AMBIENTE				
3.1	Impactos sobre o meio ambiente	69%	31%	0%
3.2	Ações de preservação	94%	6%	0%
3.3	Educação Ambiental	75%	25%	0%
TOTAL 3 (Média)		79%	21%	0%
FORNECEDORES				
4.1	Avaliação de Fornecedores	19%	56%	25%
4.2	Empregados dos Fornecedores	13%	63%	25%
4.3	RS dos Fornecedores	50%	25%	25%
4.4	Desenvolvimento de Fornecedores	50%	25%	25%
TOTAL 4 (Média)		33%	42%	25%
USUÁRIOS				
5.1	Excelência do Atendimento	100%	0%	0%
5.2	Dúvidas, Sugestões e Reclamações	100%	0%	0%
5.3	Pesquisa de satisfação	44%	56%	0%
TOTAL 5 (Média)		81%	19%	0%
COMUNIDADE				
6.1	Contato com a comunidade	100%	0%	0%
6.2	Práticas para desenvolvimento local	100%	0%	0%
6.3	Benefícios com a comunidade	100%	0%	0%
TOTAL 6 (Média)		100%	0%	0%
GOVERNO E SOCIEDADE				
7.1	Participação e Influência Social	100%	0%	0%
7.2	Envolvimento em Campanhas Políticas	88%	13%	0%
7.3	Participação em administração pública	81%	19%	0%
7.4	Espaços Públicos	63%	38%	0%
TOTAL 7 (Média)		83%	17%	0%

Fonte: Elaborado pela autora baseado nos Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social

A tabela 5 apresenta os resultados agregados para os sete temas pesquisados, por meio das entrevistas realizadas com as 16 organizações não governamentais já apresentadas. O formulário (APÊNDICE A) é adaptado do questionário dos Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social para Micro e Pequenas Empresas.

Quanto ao tema 1 – Valores, Transparência e Governança – observa-se que 94% das organizações possuem compromissos éticos no que diz respeito à existência de documentação formal nas formas de estatuto ou regimento interno, o que aparece como sendo muito satisfatório. Apenas uma organização esclarece as formas de relações que preconiza de modo oral. No que diz respeito às regras sobre propinas e relações éticas com o governo, todas as instituições mostram essa preocupação. Em sua maioria, de forma oral e durante a prestação de contas que são obrigatórias para organizações que recebem auxílios e benefícios do governo. E, por fim, em relação à divulgação de relatórios, apenas uma instituição não o divulga, as demais possuem esta prática, quase sempre, mensal, uma vez que dependendo do público assistido, a prática de divulgação é uma obrigação, por ser esse o meio de comunicação com familiares, pais e responsáveis dos usuários dos serviços.

O tema 2 – Público Interno – obteve uma média de 90% de respostas positivas, que de acordo com a metodologia de análise, apresenta-se como muito satisfatório. Nota-se na questão 1, que 100% das organizações se preocupam em repassar informações a respeito de saúde, higiene e segurança e dentre essas, em sete, o fumo dentro das dependências é proibido ou os funcionários possuem áreas específicas para o mesmo. Pode-se observar que em todas as organizações existe a preocupação em valorizar a diversidade entre os funcionários no momento da contratação, em apenas uma instituição existe uma preferência por contratação de mulheres devido ao público atendido, no entanto existem homens que trabalham no local.

Quando se observa as questões referentes ao desenvolvimento profissional, pessoal e de acesso à informação, em todas as instituições os funcionários são estimulados a continuar ou iniciar os estudos, e para auxiliar neste processo, todas possuem espaço e material para leitura disponíveis, apenas uma instituição possui funcionários não alfabetizados. 75% das instituições oferecem benefícios adicionais aos funcionários, dentre esses, o principal são cestas básicas, trata-se de um resultado satisfatório. No critério referente à inclusão de pessoas, 75% das entrevistadas possuem espaço adaptado para o deslocamento de pessoas com deficiência, como rampas, estantes e bebedouros adaptados para usuários de cadeiras de rodas, e ainda seis das instituições entrevistadas tem como público usuários, deficientes e

idosos, o que por si só já justifica a adaptação dos espaços; e na questão referente à relação com sindicatos, 81% possuem relações mais próximas com os sindicatos, sendo que em uma delas consta no estatuto interno como devem ser as relações com as entidades de classe.

No tema 3 – Meio Ambiente – percebe-se que 69% das organizações avaliam os impactos que as mesmas geram no meio ambiente; dessas, seis instituições desenvolvem projetos, juntamente com os usuários do serviço, para entender e avaliar os impactos. 94% das entrevistadas realizam atividades de preservação, dentre os quais, pode-se citar: coleta seletiva, oficina de reciclagem e competições com crianças para preservação. 75% das organizações se preocupam e realizam atividades para educação ambiental como palestras sobre cuidados com o desperdício, separação do lixo e coleta seletiva; e o Movimento Terra Livre – ATEC possui uma parceria com o IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) para a promoção da conscientização ambiental, tal parceria se faz de grande importância para execução de suas atividades, uma vez que o seu trabalho é voltado para o meio ambiente.

No que diz respeito ao tema 4 – Fornecedores – nota-se que 50% das instituições orientam os seus fornecedores a respeito de práticas de Responsabilidade Social e buscam desenvolver fornecedores da região (cooperativas, pequenos produtores, etc.), as ações que acontecem nesse sentido, são a participação dos fornecedores nos eventos promovidos pelas organizações e a compra de produtos de outras ONGs. Tal porcentagem pode ser classificada como pouco satisfatória. Das entrevistadas 19% avaliam os fornecedores quanto às práticas de Responsabilidade Social e 13% verificam as condições de trabalho fornecidas por seus fornecedores aos próprios empregados.

O tema 5 – Usuários – trata das pessoas que utilizam diretamente os serviços prestados pelas organizações entrevistadas. Dessa forma, observa-se que 100% das instituições se preocupam em ter um contato direto e formal com os usuários e utilizam suas sugestões, dúvidas ou reclamações para aperfeiçoar o serviço prestado. As organizações, em sua maioria, realizam reuniões mensais com os usuários e familiares. 44% realizam pesquisa de satisfação, em uma das organizações são feitas assembleias para realização da pesquisa.

No que diz respeito ao tema 6 – Comunidade – 100% das instituições entrevistadas possuem relacionamento constante com a comunidade do entorno, auxiliam no desenvolvimento local e obtiveram benefícios em sua atuação depois que iniciaram suas atividades com a comunidade. Os moradores da região estão presentes nas atividades

promovidas pelas organizações, realizam passeatas em conjunto, e muitos auxiliam como voluntários nos trabalhos das instituições.

E por fim, nas questões relativas ao tema 7 – Governo e Sociedade – 100% das organizações participam de organizações que integram outras ONGs, principalmente, em conselhos de assistência social. Em relação às campanhas políticas 88% das organizações se dizem criteriosas com o seu envolvimento, dez instituições fazem a promoção do voto consciente nos anos eleitorais. E em 81% há a preocupação em estimular os funcionários à participar da administração pública, como conselho tutelar, fóruns, conselhos de saúde, segurança pública e educação. Por fim, 63% das organizações colaboram com a melhoria dos espaços públicos, como a reivindicação por iluminação, asfalto, calçamento e saneamento básico, de acordo com a necessidade de cada região.

Na tabela 6, os resultados globais são apresentados por tema.

Tabela 6: Resultados por tema – Resultado Global

TEMAS	SIM	NÃO	N/A
VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	97%	3%	0%
PÚBLICO INTERNO	90%	7%	3%
MEIO AMBIENTE	79%	21%	0%
FORNECEDORES	33%	42%	25%
USUÁRIOS	81%	19%	0%
COMUNIDADE	100%	0%	0%
GOVERNO E SOCIEDADE	83%	17%	0%

Fonte: Elaborado pela autora

De acordo com a tabela 6, percebe-se que o tema “Comunidade”, aparece com a maior média: 100% das respostas positivas, um resultado muito satisfatório, que pode ser explicado devido à própria natureza das organizações que são objetos desse estudo. Uma vez que essas existem devido a uma demanda social, e nascem para atender a uma comunidade ou uma necessidade da sociedade, dessa forma, sua existência é com e para o desenvolvimento de uma região, o que confirma o defendido por Albuquerque (2006) no que diz respeito à mobilização da população e o envolvimento das ONGs para lutar pelos direitos da comunidade. Estar em contato direto com a população é a forma de se manter dentro do objetivo das organizações não governamentais.

Já o tema “Fornecedores”, é o que possui a menor média. Todas as organizações entrevistadas adquirem a maior parte de seus itens de consumo por meio de doações, as necessidades de compra são de produtos específicos e de grande uso, como fraldas, remédios, e outros itens básicos. Nessas instituições a verba utilizada para manutenção é repassada pelo governo, em suas diferentes esferas, de acordo com os projetos enviados a cada ano, dessa forma, o dinheiro utilizado para compra faz parte de uma aprovação e tem destino pré-definido, neste sentido, todas as organizações entrevistadas priorizam as propostas comerciais, principalmente, preço e as questões relativas à Responsabilidade Social dos fornecedores não se tornam uma preocupação.

Com o intuito de identificar as organizações que atuam de maneira mais responsável, elaborou-se um *ranking*, apresentado na Tabela 7.

Tabela 7: *Ranking* da ONGs

Posição	Organização Não Governamental	SIM	NÃO	N/A
1°	CECOM	93%	7%	0%
1°	Circo Lahetô	93%	7%	0%
2°	Abrigo dos Idosos São Vicente de Paulo	86%	14%	0%
2°	Associação Pestalozzi de Goiânia	86%	14%	0%
2°	Grupo Fraternal de Assis. Social	86%	14%	0%
2°	Grupo Pela Vidua	86%	14%	0%
3°	Associação Beija Flor	82%	18%	0%
4°	ADFEGO	79%	21%	0%
4°	Grupago	79%	18%	4%
4°	Instituto Espírita Baturá de Saúde Mental	79%	21%	0%
4°	Movimento Terra Livre - ATEC	79%	4%	18%
4°	Organização A	79%	21%	0%
5°	Casa Talitha Kum	75%	11%	14%
5°	CEVAM	75%	11%	14%
6°	ASCEP	71%	29%	0%
7°	Associação Metamorfose	57%	25%	18%

Fonte: elaborado pela autora

O *ranking* elaborado organiza de forma decrescente, as instituições de acordo com os percentuais de todas as respostas positivas. A variação dos resultados vai de 93%, relativo às primeiras colocadas, até 57%, relativo à última colocada.

De acordo com *esteranking*, encontram-se em primeiro lugar o Circo Lahetô e o CECOM, as duas organizações trabalham com assistência a crianças e realizam atividades em regiões diferentes da cidade, no entanto, não se pode considerar que as instituições que atuam com crianças são socialmente mais responsáveis que as demais, pois ocupa a quinta colocação uma organização que também trabalha com crianças: Casa Talitha Kum.

Nas tabelas 8 e 9, as primeiras organizações e a última serão, respectivamente, avaliadas por tema face ao resultado global.

Tabela 8: Relação das 1ª colocadas com o Resultado Global (Respostas Positivas)

TEMAS	Resultado Global	Circo Lahetô	CECOM
VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	97%	100%	100%
PÚBLICO INTERNO	90%	100%	86%
MEIO AMBIENTE	79%	100%	100%
FORNECEDORES	33%	50%	75%
USUÁRIOS	81%	100%	100%
COMUNIDADE	100%	100%	100%
GOVERNO E SOCIEDADE	83%	100%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

Nota-se que o Circo Lahetô possui seis temas com todas as respostas positivas e o tema “Fornecedores” com 50%, tal resultado apresenta-se pouco satisfatório, no entanto, maior que o resultado global; e o CECOM aparece em cinco temas com um resultado de 100% das respostas positivas. Tais resultados demonstram a linearidade entre os primeiros colocados e o resultado global, evidenciando as relações proporcionais de uma organização perante toda a amostra.

Com um resultado global de 93%, pode-se considerar que as organizações Circo Lahetô e CECOM são socialmente responsáveis em toda a sua cadeia de atuação, uma vez que apresentam um resultado muito satisfatório; atingir a totalidade das questões em mais de 50% dos temas demonstra a preocupação que essas organizações possuem perante a sociedade e suas atividades; enxergando impactos e buscando por meio de suas atuações minimizar os negativos e desenvolver os positivos.

Uma segunda proposta para análise é de relacionar o último colocado no *ranking* com o resultado global, o que pode ser visto na Tabela 9.

Tabela 9: Relação da 7ª colocada com o Resultado Global (Respostas Positivas)

TEMAS	Resultado Global	Ass. Metamorfose
VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	97%	100%
PÚBLICO INTERNO	90%	71%
MEIO AMBIENTE	79%	33%
FORNECEDORES	33%	0%
USUÁRIOS	81%	67%
COMUNIDADE	100%	100%
GOVERNO E SOCIEDADE	83%	50%

Fonte: Elaborado pela autora

A Associação Metamorfose obteve o último lugar na colocação das organizações entrevistadas e em vista de seu resultado perante o resultado global salientam-se dois temas em específico: “Meio Ambiente” e “Fornecedores”. Nestes dois temas, os resultados obtidos encontram-se abaixo de 50% de atuação, pouco satisfatório, sendo um deles 0%. Tal atuação destoa das demais organizações, uma vez que dos sete temas abordados, em cinco os resultados encontrados estão abaixo do resultado global. O resultado desta pesquisa nos confirma a situação apresentada pela ABNT (2010) na ISO 26000, que nos mostra o desequilíbrio de conhecimento por parte das organizações sobre as ações de responsabilidade social.

No entanto, por meio da pesquisa realizada pode-se apontar que as organizações não governamentais presentes na amostra exercem atividades socialmente responsáveis, tendo em vista que por meio da soma de todas as respostas positivas, obtidas pelo conjunto de todos os temas, a porcentagem em relação ao total de questões é de 81%, resultado considerado muito satisfatório. Dessa forma, observa-se que a atuação das ONGs entrevistadas possui 81% das ações preconizadas como sendo de Responsabilidade Social.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão sobre a Responsabilidade Social, desde o início dos anos 80 permeia os campos empresariais abordando conceitos, ações, responsabilidades e stakeholders. Neste contexto, o presente estudo buscou levar tal discussão para o terceiro setor e buscou compreender as ações desempenhadas pelas organizações não governamentais e sua correlação com as ações preconizadas como de Responsabilidade Social.

Com o intuito de se entender mais a respeito do terceiro setor, esta pesquisa também teve por característica trazer para a academia a preocupação e a discussão acerca desse setor emergente na sociedade.

A atuação das organizações não governamentais impacta no desenvolvimento de uma comunidade, região ou cidade, uma vez que essas instituições têm por objetivo a promoção e defesa dos direitos humanos em todas suas esferas. Daí a importância de se estudar a aplicação da RS à realidade das ONGs

Ao fim desta pesquisa, pode-se concluir que os objetivos definidos foram alcançados. A identificação e avaliação das ações das organizações não governamentais de Goiânia foram possíveis para a aplicação, em uma amostra de 16 ONGs de Goiânia, do questionário adaptado dos Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social para Micro e Pequenas Empresas. O alcance dos objetivos específicos culminou para o alcance do objetivo geral: verificar se ONGs na cidade de Goiânia desenvolvem ações de Responsabilidade Social.

Por meio desta pesquisa, concluiu-se que as organizações não governamentais de Goiânia desenvolvem ações de Responsabilidade Social, uma vez que o resultado de todas as respostas positivas é de 81%, o que indica que as ONGs presentes na amostra estão realmente atuando de forma socialmente responsável.

Dentre os sete temas pesquisados: (i) Valores, Transparência e Governança; (ii) Público Interno; (iii) Meio Ambiente; (iv) Fornecedores; (v) Usuários; (vi) Comunidade e; (vii) Governo e Sociedade; se sobressaiu o tema 'Comunidade', que em todas as organizações obteve 100% das respostas positivas. Entende-se tal resultado pelo fato de as organizações não governamentais trabalharem com a comunidade e de suas ações envolverem o desenvolvimento desta.

O tema 'Fornecedores' obteve apenas 33% das respostas positivas, fator que pode ser explicado devido ao fato de grande parte do consumo das ONGs provirem de doações; dessa forma, há pouco envolvimento com os fornecedores.

Dentre as organizações entrevistadas, quatorze tiveram a porcentagem de respostas positivas igual ou superior a 75%, compreende-se assim a preocupação que existe por parte dessas instituições em trabalhar de forma socialmente responsável, dentro dos seus vários aspectos de atuação.

Para execução desta pesquisa, podem-se elencar duas limitações principais: escassez bibliográfica e identificação e acesso às organizações.

Encontrou-se pouca literatura a respeito da atuação das ONGs, principalmente, no Brasil, o que pode ser explicado, pelo fato de as organizações não governamentais no Brasil ainda estarem em fase de desenvolvimento: como mostra a pesquisa, grande parte das instituições teve sua fundação nas décadas de 80 e 90.

E quanto à relação da atuação de ONGs com as ações de Responsabilidade Social, também há pouca literatura, isso pode ser justificado pelo fato de o assunto de Responsabilidade Social ser relacionado, principalmente, ao setor privado, uma vez que é a partir desse setor que surgiram as primeiras discussões sobre do tema.

A identificação e acesso às organizações foi um dos limitantes da pesquisa, pois apesar da amostra ter sido escolhido por acessibilidade, muitas das organizações contatadas não tinham disponibilidade de atendimento para esse semestre.

Entendendo a importância deste tema, sugere-se para estudos posteriores a compreensão da gestão estratégica das organizações não governamentais ligadas a Responsabilidade Social, principalmente, no que diz respeito ao tema 'Fornecedores', uma vez que pode ser esta uma estratégia importante para a poupança de recursos. Outra sugestão é medir os reais impactos da adoção das ações de Responsabilidade Social no alcance dos objetivos e metas das organizações não governamentais, compreendendo que suas ações são voltadas para a comunidade e seu desenvolvimento.

Como sugestão de melhoria para o desenvolvimento das atividades das ONGs, recomenda-se a adoção e aplicação da ISO 26000, que traz em seu texto importantes inferências e conceitos acerca da implementação de ações de Responsabilidade Social.

REFERÊNCIAS

ABONG. ABONG 2010-2013 – Em defesa dos direitos e bens comuns. Relatório Trienal da ABONG. São Paulo, 2013.

_____. Disponível em <http://abong.org.br/quem_somos.php>. Acesso em 01 de jul. de 2013.

ABNT. Norma Brasileira ABNT NBR ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social. Rio de Janeiro, 2010.

AGUILAR, J. Francis. A ética nas empresas maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. Terceiro Setor – História e Gestão de Organizações. São Paulo: Summus, 2006.

ARAÚJO, G. C.; AZEVEDO, P. S. Responsabilidade Social em Micro e Pequenas Empresas. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 6, n. 1, p.3-19, 2012.

BANCO MUNDIAL. Diretiva Operacional 14.70, 28 de ago. de 1989. Involving Nongovernmental Organizations in World Bank-Supported Activities. Disponível em: <<http://www.gdrc.org/ngo/wb-ngo-directive.html>>. Acesso em 02 de jul. de 2013.

CARVALHO, Antônio Oliveira de. e FADUL, Elvia Mirian Cavalcanti. Os fatores críticos de sucesso na gestão de organizações não governamentais. *Revista APGS*, v.4, n.2, p.148-171. Abr/Jun, 2012.

CARROLL, A. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, n.38, p.268-295, 1999.

CAVALCANTI, Marly. Gestão Social, Estratégias e Parcerias – Redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidades para o Terceiro Setor. São Paulo: Saraiva, 2008.

COELHO, Simone de Castro Tavares. Terceiro Setor – Um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos. 3.ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

DIAS, Reinaldo. Responsabilidade Social: Fundamentos e Gestão. São Paulo: Atlas, 2012.

DIAS, José Maria A. M. e DUARTE, Gleuso Damasceno. Responsabilidade Social: A Empresa Hoje. São Paulo: LTC – Livros, Técnicos e Científicos: Fundação Assistencial Brahma, 1986.

DRUCKER, Peter Ferdinand. O melhor de Peter Drucker: obra completa. São Paulo: Nobel, 2002

ETHOS, Instituto E SEBRAE. Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas. São Paulo, 2012.

EXAME, Revista. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/5-empresas-envolvidas-em-escandalos-recentes#3>>. Acesso em 27 de jul. 2013.

FERREIRA, Roberto do Nascimento. Responsabilidade social empresarial e valor das empresas. In: ASHLEY, Patricia Almeida. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FISCHER, Rosa Maria e NOVAES, Elidia Maria. Construindo a Cidadania – Ações e Reflexões sobre Empreendedorismo e Gestão Social. São Paulo: CEATS: FIA, 2005.

GOMES, Eduardo R., VELOSO, Leticia e VALLE, Bárbara de Souza. A Responsabilidade Social e as entidades corporativas. Revista Sinais Sociais. Rio de Janeiro. v.5, n.14. p.36-65. Set-Dez. Rio de Janeiro, 2010.

GREENPEACE. Carta de Responsabilidade das Organizações Não Governamentais Internacionais. Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil/Global/brasil/report/2007/8/greenpeacebr_051220_institucional_carta_estatuto_responsabilidade_port_v1.pdf>. Acesso em 09 mai. 2013

GUARNIERI, Ivanor Luiz. Ética, economia e negócios. Revista de Ciências Empresariais da Unipar, v.7, n.1, Jan/Jun, 2006.

HURST, Nathan E. Corporate Ethics, Governance and Social Responsibility: Comparing European Business Practices to those in the United States. Santa Clara University, 2004.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/conteudo/gestao-socialmente-responsavel/valores-transparencia-e-governanca/#.UZKZBbU3va4>>. Acesso em 14 mai. 2013.

_____. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/31/o_instituto_ethos/o_instituto_ethos.aspx. Acesso em 19 de jun. de 2013.

_____. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/76/o_instituto_ethos/quem_somos/historia/abertura/linha_do_tempo.aspx. Acesso em 19 de jun. de 2013.

_____. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/>. Acesso em 19 de jun. de 2013.

JUNIOR, Amadeu de Farias Cavalcante. Ética e administração: Contextualizando a discussão sobre os desafios da ética no mundo dos negócios. Revista Adcontar, v.5, n.1, p.44-55, Jun, 2004.

LOZANO, Josep M., Etica y Empresa. Madrid: Editorial Trotta, 1999.

MACHADO, Raphael Amorim. O Desenvolvimento do Instituto Ethos e o Campo da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil. Dissertação de Mestrado. Campinas, 2012.

MALHO, Ângela Maria Cavalcanti e CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde. A abordagem da ética da responsabilidade proposta por Hans Jonas como contribuição para as práticas de Responsabilidade Social pelas organizações. Revista Ariús. v.15, n.2, p.58-72. Jul-Dez. Campina Grande, 2009.

MAÑAS, Antonio Vico e MEDEIROS, Eptácio Ezequiel de. Terceiro Setor: Um estudo sobre a sua importância no processo de desenvolvimento Socio-Ecônomico. Revista Perspectivas em Gestão & Conhecimento, v.2, n.2, p.15-29, Jul/Dez, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2008.

MORGAN, Gareth. Imagens da Organização. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PRIMOLAN, Luiz Valdeci. A Responsabilidade Social corporativa como um fator de diferenciação na competitividade das organizações. Revista Gerenciais. v.3 . p.125-134, Out. São Paulo: Uninove, 2004.

SEBRAE. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/sebrae-um-agente-de-desenvolvimento>> Acesso em 17 de jun. de 2013.

SELL, Sandro Cesar. A ética dos códigos de ética. Revista Alcance, ano VII, n.1, p.75-85, Jun. 2000.

SIMULADOR ETHOS. Disponível em <<http://indicadores.ethos.org.br/Simulador/login.aspx?ReturnUrl=%2fSimulador%2fDefault.aspx>> Acesso em 14 de mai. de 2013.

TACHIZAWA, Takeshy; POZO, Hamilton e ALVES, José Antônio Ferreira. Formulação de um plano estratégico em instituições do terceiro setor. Revista REUNA, v.17, n.3, p.53-75, Jul/Set, 2012.

VELOSO, Letícia Helena Medeiros. Ética, valores e cultura: especificidades do conceito de responsabilidade social corporativa. In: ASHLEY, Patricia Almeida. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. São Paulo: Atlas, 2000.

VIDAL, Francisco Antonio Barbosa e MENEZES, Maria Isolda Castelo Branco Bezerra de. Gestão de ONGs e Desenvolvimento Social: Paradoxos e Desafios da Administração no Terceiro Setor. **EnEO**, 2004.

WOOD, D. Corporate social performance revisited. Academy of Management Review, n.16, p.691-718, 1991.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS
ECONÔMICAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Este questionário faz parte da coleta de dados do trabalho de conclusão de curso, Responsabilidade Social em ONGs de Goiânia, de responsabilidade da aluna Lara Barreto da Rocha sob orientação da Prof^a Dr^a Estela Najberg.

FORMULÁRIO

IDENTIFICAÇÃO

Qual o nome da Instituição?

Possui CNPJ?

Cargo do entrevistado:

Qual a área de atuação?

Qual o ano de fundação da instituição?

Quantos funcionários contratados?

Quantos voluntários?

Setor e Cidade de atuação?

TEMA 1: VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

1.1 A organização possui documento que esclarece quais são os comportamentos incentivados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais?

Não

Sim

1.2 A organização estabelece regras sobre a proibição propinas, comissões ilícitas e favores pessoais, para o recebimento de presentes, brindes etc.?

Não

Sim

1.3 A organização, em sua ação, contempla de alguma forma um modo de relacionamento ético e transparente com o governo (proibindo "caixa dois" e sonegação, por exemplo, ou explicitando transparência nos registros em geral e nos balanços)?

Não

Sim

1.4 A organização tem informações e/ou divulga relatórios de suas ações?

Não

Sim

TEMA 2: PÚBLICO INTERNO

- 2.1 Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a organização se preocupa em oferecer a seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, busca incentivar os cuidados com higiene e saúde e está aberta a críticas e sugestões relativas a esses aspectos?
- Não
- Sim
- 2.2 A organização oferece benefícios adicionais aos seus empregados e a seus dependentes?
- Não
- Sim
- 2.3 Durante a seleção de pessoal os critérios utilizados buscam não discriminar as diversidades de gênero, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou políticas dos candidatos, bem como pessoas com deficiência?
- Não
- Sim
- 2.4 A inclusão de pessoas como deficiência no mercado de trabalho e consumo é crescente. As dependências da organização contam com recursos para facilitar o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva ou visual (como rampas, avisos de segurança em braile, sinais luminosos e sonoros em áreas de circulação de veículos ou máquinas etc.)?
- Não
- Sim
- 2.5 Como forma de demonstrar respeito ao indivíduo e transparência em suas relações com o público interno, a organização entende que é direito do funcionário participar de sindicatos e associações de classe e permite que representantes sindicais compareçam à organização para discutir questões referentes aos interesses dos empregados?
- Não
- Sim

2.6 A organização valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional de seus empregados?

Não

Sim

2.7 A organização facilita o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados?

Não

Sim

TEMA 3: MEIO AMBIENTE

- 3.1 A organização conhece, entende e avalia os impactos de suas atividades sobre o meio ambiente (como emissão de poluentes, erosão do solo, alto consumo de energia, de água e de combustível etc), mantendo relatórios para medi-los?
- Não
- Sim
- 3.2 A organização procura implementar em suas dependências e em suas atividades ações que visam preservar o meio ambiente?
- Não
- Sim
- 3.3 Uma forma efetiva de reduzir os impactos ambientais é promovendo a educação ambiental para os empregados e seus familiares e para a comunidade. A organização faz isso?
- Não
- Sim

TEMA 4: FORNECEDORES

- 4.1 Para contratar um fornecedor, além de exigir uma boa proposta comercial (com qualidade, preço e prazo), a organização avalia se ele mantém práticas de responsabilidade social?
- Não
- Sim
- 4.2 A organização verifica constantemente as condições proporcionadas por seus fornecedores aos próprios empregados?
- Não
- Sim
- 4.3 A organização procura sempre que possível, orientar os fornecedores a seguir seus princípios de responsabilidade social e se dispõe a ajudá-los na sua implementação?
- Não
- Sim
- 4.4 A organização busca fornecedores em cooperativas de pequenos produtores, associações de bairro e projetos de geração de renda? (como cooperativas de artesãos, incubadoras de negócios, outras ONGs etc)
- Não
- Sim

TEMA 5: USUÁRIOS

- 5.1 A organização possui um canal formal de comunicação com seus consumidores/clientes (como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atender)?
- Não
- Sim
- 5.2 A organização analisa as dúvidas, sugestões e reclamações recebidas e as utiliza como instrumento para aperfeiçoar suas atividades?
- Não
- Sim
- 5.3 A organização realiza pesquisa de satisfação entre seus consumidores/clientes para, com base nos resultados, implementar melhorias em seus produtos/serviços?
- Não
- Sim

TEMA 6: COMUNIDADE

- 6.1 A organização se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade de entorno, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar?
- Não
- Sim
- 6.2 Sabendo que, para ONGs, a prosperidade e a situação da comunidade local podem refletir diretamente no bom desempenho de suas atividades, a organização tem práticas de gestão que beneficiam o desenvolvimento local?
- Não
- Sim
- 6.3 A organização acredita que obteve benefícios para a execução de suas atividades como resultado de sua atuação na comunidade do entorno?
- Não
- Sim

TEMA 7: GOVERNO E SOCIEDADE

7.1 A organização procura participar de organizações que integrem dirigentes de ONGs (entidades, associações, fóruns regionais etc.)?

Não

Sim

7.2 A organização é criteriosa sobre o seu envolvimento em campanhas políticas?

Não

Sim

7.3 A organização informa seus empregados sobre a importância de participar das administrações públicas? (opinando, por exemplo, no orçamento participativo, nas eleições de conselhos municipais, em consultas públicas etc.)

Não

Sim

7.4 Sempre que necessário (e possível), a organização colabora com a melhoria dos espaços públicos da sua região (como escolas, postos de saúde, praças, áreas verdes etc.)?

Não

Sim

Obrigada!

APÊNDICE B

ROTEIRO DE APOIO

IDENTIFICAÇÃO

Formalizada?

Gostaria de manter anônimo o nome da organização?

TEMA 1: VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

- 1.1 Esse documento é conhecido de seus empregados, clientes, fornecedores e comunidade? Alguns deles participaram da elaboração? Quais?

- 1.2 Existem documentos escritos? Quais?

- 1.3 Há em algum documento escrito com informações de como os funcionários devem se relacionar com o governo?

- 1.4 Tem conhecimento sobre balanço social?

TEMA 2: PÚBLICO INTERNO

- 2.1 É permitido fumar no local de trabalho? Incentiva a prática de exercícios físicos? Fornece EPI?

- 2.2 A organização oferece plano de saúde? Cesta básica? Orientações sobre prevenção de doenças, vacinação? Creche?

- 2.3 A organização oferece oportunidade para ex-detentos? Programa especial para idosos? Disponibiliza vagas para aprendizes?

- 2.4 Na organização todos são orientados a conviver e atender deficientes?

- 2.5 A organização disponibiliza informações sobre direitos e deveres da categoria e dos voluntários? Como?

- 2.6 Subsídia e/ou divulga cursos? Todos os empregados são alfabetizados?

- 2.7 A organização incentiva a leitura? Há espaço para isso? Auxilia com questões pessoais como crédito pessoal, etc?

TEMA 3: MEIO AMBIENTE

- 3.1 De qual forma? Discute com fornecedores?

- 3.2 Fazem coleta seletiva? Economia no uso de papel, energia, água? Destinação adequada para resíduos específicos?

- 3.3 Promove campanhas de conscientização? Fornece informações a respeito do tema? Apóia iniciativas?

TEMA 4: FORNECEDORES

- 4.1 Verifica se a legislação é cumprida? Se os fornecedores possuem ações responsáveis com os funcionários? Como é feita essa avaliação?

- 4.2 Visita os fornecedores para verificar se utilizam mão-de-obra infantil? Condições adequadas de trabalho?

- 4.3 Integra os fornecedores em suas atividades? De qual forma?

4.4 A organização auxilia na capacitação e formalização desses pequenos fornecedores? Como?

TEMA 5: USUÁRIOS

5.1 NA

5.2 Existe formulários? Analisa e responde as sugestões?

5.3 É objetivo da pesquisa, melhorar a qualidade do serviço? Melhorar a qualidade do relacionamento dia-a-dia?

TEMA 6: COMUNIDADE

6.1 Realiza pesquisa com a comunidade para prevenir ou levantar possíveis problemas? Convida os moradores da região a participar de reuniões?

6.2 Contratam e/ou compram produtos/serviços da comunidade? Utilizam serviços de outras ONGs próximas à empresa?

6.3 Quais?

TEMA 7: GOVERNO E SOCIEDADE

7.1 As dificuldades são divididas para a busca de soluções e ações conjuntas?

7.2 Promove debates? Estimula o voto consciente? É transparente quando decide apoiar algum candidato?

7.3 A organização estimula seus funcionários a fiscalizar as ações realizadas? De qual forma?

7.4 NA