

# A Responsabilidade Social sobre a Ótica de Empresas Associadas a uma OSCIP.

Danielle Muruci de Oliveira UVV Faculdade de Guaçuí guacui@uvv.br	Josélia Rita da Silva UVV Faculdade de Guaçuí josélia.silva@uvv.br	Marinete Andrião Francischetto Centro Universitário de Vila Velha marinetef@uvv.br
---	--	--

## RESUMO

*Considerando a crescente discussão sobre as ações de responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável, o presente trabalho teve como objetivo principal esclarecer o conceito de empresa socialmente responsável, desmistificando a idéia de que este assunto é apenas para indústrias e grandes empresas, e trazendo-o para a realidade de empresas locais, que atuam no setor de comércio e serviços, visando também, identificar os fatores que levam tais empresas a buscarem o caminho da responsabilidade social e qual a sua importância. O artigo tem por objetivo, ainda, analisar como as empresas compreendem suas responsabilidades perante a sociedade e seu envolvimento com a OSCIP (Organização de Sociedade Civil de Interesse Público) da qual são associadas. O trabalho realizado, durante o mês de maio de 2009, corresponde a um estudo de caso (YIN, 2001) nas empresas associadas à uma OSCIP, que foi denominada de 'Agência X', por meio de uma pesquisa qualitativa, com a utilização de entrevistas com os responsáveis pelas empresas associadas à 'Agência X'. As entrevistas foram realizadas com os proprietários e/ou responsáveis pelas empresas, os quais conhecem a relação existente com a 'Agência X', por intermédio de roteiro semi-estruturado. Foi utilizada, também, como instrumento para coleta de dados, a pesquisa documental, com o objetivo de coletar informações relevantes para a análise dos fatos. Os dados coletados foram tratados por meio da análise do conteúdo (Bardin, 1977). Percebeu-se durante as entrevistas que os empresários possuem concepções diferentes sobre o conceito de Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social, todavia, essas são convergentes. Apesar dos entrevistados terem consciência da importância da busca do Desenvolvimento Sustentável e da Responsabilidade Social nas empresas e destes contribuírem no desenvolvimento de projetos relacionados a estes fins, ainda não existe uma participação efetiva. Pode-se observar que ainda há muito que ser feito nesta área, ao considerar que a maioria dos empresários possui uma limitação em sua participação na 'Agência X', e por não haver maiores declarações quanto a busca da Responsabilidade Social em suas próprias empresas. A conscientização local é fator importante a ser trabalhado por esta OSCIP, o que contribuirá grandemente para o desenvolvimento de seus projetos. Esta conscientização não deve ser apenas em um aspecto amplo, a toda a sociedade, mas também a trabalhos voltados especificamente a empresários locais para que reconheçam a necessidade e os benefícios de suas participações em instituições como a 'Agência X'.*

Palavras-chave: OSCIP; Desenvolvimento; Responsabilidade Social.

## 1. INTRODUÇÃO

A conscientização das empresas quanto à responsabilidade social vem crescendo consideravelmente, uma vez que, em um mundo globalizado, focar apenas o desenvolvimento econômico pode não ser suficiente para que a empresa prospere.

O presente trabalho teve como objetivo principal esclarecer o conceito de empresa socialmente responsável, desmistificando a idéia de que este assunto é apenas para indústrias e grandes empresas e trazendo para a realidade de empresas locais, no setor de comércio e serviços, visando também, identificar o que levam as empresas a buscarem o caminho da

responsabilidade social e qual a sua importância. Por meio deste trabalho torna-se possível compreender melhor por que vem crescendo a cada dia o desejo por esta nova maneira de gestão, onde a busca pela responsabilidade social torna-se objetivo de estudo por diferentes óticas e diferentes motivos.

No município onde atua, a ‘Agência X’ busca proporcionar à sociedade local um maior conhecimento sobre os conceitos de responsabilidade social na região. A ‘Agência X’ está preparada para informar aos empresários locais a existência de uma organização voltada ao desenvolvimento sustentável. Funciona como uma OSCIP (Organização de Sociedade Civil de Interesse Público) e atua nesta cidade desde 2003 e é o objeto de análise neste estudo de caso. A escolha desta instituição deveu-se ao fato de que esta é constituída por empresas de diferentes atividades e por várias instituições que já desempenham atividades sociais como o Rotary Clube e a Maçonaria, o que torna possível reunir em uma única instituição diferentes olhares da sociedade sobre a temática sócio-ambiental.

A ‘Agência X’ possui dezenove organizações associadas. Do total, nove são empresas comerciais ou de serviços atuantes nesta cidade e as outras dez são instituições filantrópicas e associações e sindicatos. O público de estudo são os proprietários e/ou responsáveis pelas pequenas e médias empresas associadas à ‘Agência X’.

Este trabalho pretende contribuir ainda na análise de como as empresas associadas compreendem suas responsabilidades perante a sociedade e a referida agência, qual o grau de envolvimento de cada uma delas, e suas expectativas futuras, o que contribuirá para que se tenha uma visão mais ampla de como está sendo desenvolvida a busca pela responsabilidade social nesta cidade, o que se espera e o que ainda precisa ser implantado.

## **2. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

Apesar de estar sendo de grande discussão a importância de implantação de conceitos sustentáveis atualmente, “a disciplina da sustentabilidade está sendo desenvolvida e ainda não existe consenso em relação ao seu conceito, principalmente quanto a sua aplicabilidade no escopo empresarial” (CORAL *et al.*, 2003, p. 4).

Hart e Milstein (2004) e Ruthes (2007) utilizam o mesmo conceito de Desenvolvimento Sustentável adotado pela Comissão Brundtland, para o qual esse conceito “é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras de atenderem as suas próprias” (RUTHES, 2007, p. 23).

Porém, Hart e Milstein (2004) destacam que grande parte dos executivos vêm a sustentabilidade como um ‘mal necessário’ com o intuito de manter sua empresa legal e no direito de funcionar.

Carrieri *et al.* (2006, p. 3) confirmam esta análise ao dizerem que “o problema está na dissimulação fictícia. Nela, o objetivo de construir uma imagem positiva, algo legítimo, justificaria a farsa e a hipocrisia contra possíveis articulações sociais”. Ao fazer esta observação o mesmo autor (2006, p.6) concluem que “essa constatação, aparentemente, indica a possibilidade da organização obter vantagens sem os investimentos correspondentes”.

Coral *et al.* (2003, p.5), em sua análise, afirmam que “[...] o desenvolvimento sustentável engloba três princípios básicos, equidade social, crescimento econômico e equilíbrio ambiental, o conceito amplo de sustentabilidade empresarial deverá considerar essas três variáveis”. As variáveis crescimento econômico e equilíbrio ambiental deixarão de ser abordadas neste estudo considerando que o foco está na variável equidade social.

Outro fator importante considerado por Ruthes (2007, p.37) é que “é preciso ter em mente que a sustentabilidade local precisa estar alinhada com a vocação, especialidade e potencialidades que a região possui”.

Uma definição interessante em relação à empresa sustentável para Savitz e Weber (2007, p. 34) é que “todas as iniciativas em negócios têm dois componentes: impacto sobre o lucro e impacto sobre o mundo”. Ou seja, deixa-se de focar apenas os lucros que podem ser obtidos e passa-se a considerar também a dimensão das mudanças que a empresa trará ao ambiente e à sociedade ao desenvolver as atividades relacionadas ao seu processo.

Seiffert (2007) afirma que está aumentando entre os governos o conceito de que as políticas guiadas pelo mercado se mostram mais eficientes do que as imposições ambientais e que as empresas por manterem contato com ambientes externos, ao qual são de difícil limitação de seus deveres, assumem um papel sociopolítico.

Quando se considera a participação de empresas de pequeno e médio porte isso é ainda mais relevante, particularmente em virtude de estas serem mais numerosas e produzirem uma maior diversidade de poluentes, onde os padrões ambientais estabelecidos legalmente não contemplam as potencialidades dos danos ambientais associados à acumulatividade e ao sinergismo ou reatividade, de compostos em um determinado espaço físico (SEIFFERT, 2007, p.29).

Savitz e Weber (2007, p.138), concluem que “o sinal mais evidente de que a empresa está falando sério é a existência de objetivos, metas e indicadores de desempenho específicos, relacionados com a sustentabilidade, além da mensuração do progresso com base em dados confiáveis”. “Os planos, geralmente, são concebidos de forma reativa, ou seja, para reagir diante de determinados fatos e conjunturas. É necessária uma mudança de atitude dos gestores brasileiros” (RUTHES, 2007, p.59).

Uma análise alarmante de Seiffert (2007) é que as pequenas e médias empresas possuem baixa consciência referente aos impactos ambientais que podem causar e não priorizam adequadamente questões ambientais, fator que pode ser explicado pela possível falta de exigências do mercado, financeiras e de regulamentação. E conclui ao dizer que de acordo com a flexibilidade da ISO 14001, que é uma norma internacional com o objetivo de desenvolver parâmetros de regulamentação na área ambiental nas organizações, a organização deve aliar suas ações aos padrões de desempenho locais.

Por outro lado, as barreiras culturais mais comuns encontradas entre os empresários são as dificuldades de aceitar riscos calculados, de inovar, seja nos processos, nos produtos ou até mesmo nas estratégias e em adotar uma postura de prevenção, porém modificar esta cultura não é difícil. (SEIFFERT, 2007).

“Alguns defensores dos relatórios de sustentabilidade dentro das próprias empresas enfrentaram forte reação nas organizações por causa dos custos e dificuldades de coletar e analisar os dados necessários para emitir documentos confiáveis” (SAVIT; WEBER, 2007, p.217).

Para que se obtenha um relatório confiável é de suma importância que todos colaboradores envolvidos ao processo estejam conscientes da importância do mesmo o que facilita a obtenção dos dados necessários.

### **3. RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Os problemas sociais são frutos dos problemas gerados por desequilíbrios econômicos e de meio ambiente (RUTHES, 2007). Segundo Serpa (2005), dois pontos de vista sustentam o conceito de Responsabilidade Social. Um deles, defendido por Milton Friedman, ganhador do Prêmio Nobel de Economia em 1976, que diz ser responsabilidade das empresas a de, unicamente, produzir bens e serviços, contribuindo assim para o aumento do lucro e movendo a economia. O outro é conhecido como visão sócio-econômica, em que se destaca também a responsabilidade das empresas com o bem-estar social das pessoas.

Bittencourt (2005) destaca que a responsabilidade social surgiu através dos relacionamentos existentes entre a indústria, o mercado e a sociedade, o que gerou preocupações com o meio ambiente e o bem-estar social.

Oliveira (1984) alega que muitos autores apresentam dificuldades de compreensão deste tema ao afirmarem não haver ao certo limitação quanto as suas responsabilidades, devido a sua complexidade.

Já Serpa (2005, p.3) enfatiza que para alguns autores, “[...] a empresa socialmente responsável é aquela que, na busca por maximizar os efeitos positivos sobre a sociedade e minimizar os negativos, considera responsabilidades legais, econômicas, filantrópicas e éticas”.

Savitz e Weber (2007, p.214) definem a categoria social como abrangente a vinte e um aspectos, entre eles estão as “relações entre trabalhadores e gerentes, medicina e segurança do trabalho, práticas disciplinares, direitos indígenas [...], suborno e corrupção, saúde e segurança dos consumidores e respeito pela privacidade”.

Este tipo de gestão só será verdadeiramente possível a partir do momento em que a sociedade negociar com o Estado e com o mercado quanto às atividades de desenvolvimento e após ser criado um controle social para estes (MACKE; CARRION, 2006).

Assim, é necessária uma maior integração entre as empresas, o Estado e a sociedade para que se torne efetiva qualquer que seja o modelo de gestão ambiental implantado nas organizações, pois só assim existirá um equilíbrio entre as necessidades dos envolvidos.

#### **4. OSCIPS - ORGANIZAÇÕES DE SOCIEDADE CIVIL DE INTERESSE PÚBLICO**

“Organização da Sociedade Civil de Interesse Público ou OSCIP é um título fornecido pelo Ministério da Justiça do Brasil, cuja finalidade é facilitar o aparecimento de parcerias e convênios com todos os níveis de governo e órgãos públicos (federal, estadual e municipal) e permite que doações realizadas por empresas possam ser descontadas no imposto de renda (Pessoa jurídica pode deduzir doações a OSCIP no imposto de renda)”, segundo Wikipédia (acesso... 2010).

OSCIPs são ONGs criadas por iniciativa privada, que obtêm um certificado emitido pelo poder público federal ao comprovar o cumprimento de certos requisitos, especialmente aqueles derivados de normas de transparência administrativas. Em contrapartida, podem celebrar com o poder público os chamados termos de parceria, que são uma alternativa interessante aos convênios para ter maior agilidade e razoabilidade em prestar contas.

Uma ONG (Organização Não-Governamental), essencialmente é uma OSCIP, no sentido representativo da sociedade, mas OSCIP trata de uma qualificação dada pelo Ministério da Justiça no Brasil.

“A lei que regula as OSCIPs é a nº 9.790, de 23 março de 1999. Esta lei traz a possibilidade das pessoas jurídicas (grupos de pessoas ou profissionais) de direito privado sem fins lucrativos serem qualificadas, pelo Poder Público, como Organizações da Sociedade

Civil de Interesse Público - OSCIPs e poderem com ele relacionar-se por meio de parceria, desde que os seus objetivos sociais e as normas estatutárias atendam os requisitos da lei”, segundo Wikipédia (acesso... 2010).

Um grupo recebe a qualificação de OSCIP depois que o estatuto da instituição que se pretende formar tenha sido analisado e aprovado pelo Ministério da Justiça. Para tanto é necessário que o estatuto atenda a certos pré-requisitos que estão descritos nos artigos 1º, 2º, 3º e 4º da Lei nº 9.790/1999.

Em geral, o poder público sente-se muito à vontade para se relacionar com esse tipo de instituição, porque divide com a sociedade civil o encargo de fiscalizar o fluxo de recursos públicos em parcerias. A OSCIP é uma organização da sociedade civil que, em parceria com o poder público, utilizará também recursos públicos para suas finalidades, dividindo dessa forma o encargo administrativo e de prestação de contas.

Segundo o Art. 1º da Lei 9.790, de 23 de março de 1999, “podem qualificar-se como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público as pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, desde que os respectivos objetivos sociais e normas estatutárias atendam aos requisitos instituídos por esta Lei” (BRASIL... acesso em 2009).

Essa lei (acesso em 2009) completa ainda que para que estas organizações sejam qualificadas como OSCIPs, é necessária que suas ações estejam voltadas para atividades como a promoção de assistência social, da educação ou da saúde, atuando de forma complementar, na promoção do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza, entre outros, podendo ser firmadas parcerias para sua execução.

Ainda em 1999, o então Presidente da República sanciona o Decreto N° 3.100 de 30 de junho onde regulamenta a lei 9.790 e estabelece a regulamentação para o preenchimento do termo de parcerias das organizações junto ao Ministério da Justiça (BRASIL... acesso em 2009).

## **5. TORNAR SOCIALMENTE RESPONSÁVEL**

O instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social realizou uma pesquisa em 2004 em que concluiu que “o brasileiro vem valorizando cada vez mais a atuação socialmente responsável das empresas, e considerando que a atitude empresarial deve contribuir para a melhoria das condições de vida da sociedade [...]” (SERPA, 2005, p.1).

Odell (apud OLIVEIRA, 1984, p.204),

[...] imaginou um esquema para a quantificação dos custos e dos benefícios usufruídos com comportamentos socialmente responsáveis, e definiu o fenômeno como saldo positivo da relação entre o investimento e os benefícios referentes a um determinado grupo.

A prática da responsabilidade social não é uma atividade que contesta as atividades do mercado e sim um modelo também eficaz para aumentar a rentabilidade (TOMEI, 1984).

Savitz e Weber (2007, p.38) apresentam uma análise que no período “de 1999 a 2003, valor médio das ações das cem empresas ‘verdes’ que compõem o Winslow Green Index, aumentou em mais de 73%, enquanto o das ações do Russell 2000 Index, referência comparável, aumentou em menos de 17%”.

Mendes (2008, p.27) menciona a oportunidade de aumentar os empregos através da criação de ‘empregos verdes’, “o que pode ser constatado, por exemplo, com a reciclagem e a gestão de dejetos, que emprega cerca de 10 milhões de pessoas na China e 500 mil no Brasil”.

Contudo, alguns autores observam algumas dificuldades na adoção destes conceitos como segundo menciona Bittencourt (2005), na análise de Levitt, por melhores que sejam as intenções dos gerentes das organizações por meio de ações de desenvolvimento de programas de bem-estar, são todas preocupações periféricas que podem criar, nas corporações, um modelo equivalente ao Estado unitário ou à Igreja medieval. Onde poucos são os beneficiários e os projetos são guiados pelos interesses de poucos.

“Outra dificuldade é representada pela afirmação de alguns de que ‘o social é imensurável’” (GONÇALVES, 1984, p.232). Ainda, segundo Gonçalves (1984), não se pode assim, quantificar com exatidão os resultados advindos pela mudança de comportamento da empresa ao adotar a responsabilidade social.

## **6. METODOLOGIA**

O trabalho realizado, durante o mês de maio de 2009, corresponde a um estudo de caso nas empresas associadas a Agência X, por meio de uma pesquisa qualitativa onde, através desse tipo de pesquisa, segundo Collis e Hussey (2005), não tem seu foco voltado à quantidade de dados obtidos, mas sim de obter uma maior qualidade das informações pois, ao estar em contato direto com o entrevistado é possível flexibilizar o roteiro de pesquisa de acordo com sua necessidade na obtenção de informações.

As entrevistas foram feitas com os proprietários e/ou responsáveis pelas empresas e que conhecem a relação existente com a Agência X, por intermédio de roteiro semi-estruturado, bom como uma pesquisa documental, coletando os dados na mesma.

Os nomes foram preservados, em sigilo, de forma que as informações colhidas possam ser processadas sem a identificação do informante, sendo apresentados por códigos iniciados pela palavra “entrevistado” e um número para diferenciá-los.

As entrevistas foram gravadas em equipamento de som, com posterior transcrição. Para a análise dos resultados, utilizou-se a análise de conteúdo em grade temática. “A análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema” (VERGARA, 2008).

A escolha dos associados foi em função de se pretender desenvolver um estudo voltado para a busca da responsabilidade social pelas pequenas e médias empresas associadas à Agência X, sendo selecionadas as nove empresas de comércio e serviços, não sendo de interesse do estudo o envolvimento das demais instituições por serem entidades filantrópicas, associações e sindicatos.

## **7. RESULTADOS**

### **7.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSABILIDADE SOCIAL NA VISÃO DOS ENTREVISTADOS**

Confirmando a teoria de Coral et al. (2003) em que há diferenças de opiniões sobre o assunto e a maneira que é aplicado estes conceitos nas empresas, percebe-se durante as entrevistas que os empresários possuem concepções diferentes sobre o conceito de Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social, todavia, essas são convergentes.

É possível observar a existência de conceitos positivos em relação ao que se refere à Responsabilidade Social, contudo, para alguns ainda é confuso diferenciá-lo do conceito de sustentabilidade, como podemos observar no Quadro 1:

Quadro 1: Principais conceitos de Responsabilidade Social para os entrevistados

Conceito de Responsabilidade Social	Entrevistado
“Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social é o que toda sociedade tem que fazer, é desenvolvimento sustentável com responsabilidade social porque se não for sustentável vamos acabar com o meio ambiente, se não for social o ambiente vai ficar intolerável”.	2
“Responsabilidade social eu entendo que seja a responsabilidade que cada empresa tem ou que cada ser humano tem de desenvolver uma parte da sua atividade ou um pouco do seu tempo pra tentar melhorar a vida daqueles que tem menos, que ganha menos, o que passa por dificuldades, é você tentar melhorar a vida ou facilitar a vida das pessoas menos favorecidas.”	3
“Responsabilidade social é você estar dando oportunidades no que você faz aos menos favorecidos da nossa região”.	4
“É o crescimento também se preocupando com o impacto que vai acontecer com as pessoas dentro da sociedade, onde ela não vai prejudicar os cidadãos, os moradores daquela região, tanto da parte do comércio, da indústria, quanto da parte da política das prefeituras e do Estado.”	7
“Responsabilidade social ela vem através das ações de empresas, de cidadãos, de instituições que visam apoiar e a ajudar qualquer atividade que venha a inserir o cidadão de forma, num contexto progressivo e que você resgate este cidadão, esta comunidade, para o seu ganho, o seu verdadeiro espírito de cidadão.”	9

## 7.2. PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL

Os entrevistados acreditam que as perspectivas quanto ao desenvolvimento sustentável na região são boas e que com o tempo será possível alcançar o nível desejado de sustentabilidade através de uma maior conscientização das empresas locais e de toda a população com os trabalhos desenvolvidos pela Agência X. Contudo, o entrevistado 4 ressalta que a região onde a cidade Y está inserida é uma região pobre e, segundo ele, a perspectiva continuará ruim se a população não se conscientizar para eleger políticos melhores, diz ainda:

Nós temos um problema muito sério nessa região, talvez estejamos caminhando para alguma coisa diferenciada, mas por enquanto ainda temos uma dificuldade muito grande de ter homens de qualidade, não se envolvem com a política porque política é sinônimo de vagabundo e de corrupção, inércia e falta de decisão (Entrevistado 4).

Percebe-se que é necessário que haja uma maior busca de parcerias com o poder público, que estes precisam ter maior comprometimento com assuntos de cunho sustentável e de responsabilidade social, melhorando esta relação entre o poder público, a sociedade e instituições, podendo assim ser desenvolvidos e executados planejamentos mais eficazes para a região.

## 7.3 SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS ASSOCIADAS

Segundo um entrevistado:

A sociedade organizada ela é muito melhor gestora, tem se provado muito melhor gestora, do que o poder público (Entrevistado 5).

Isso porque a gestão passa a ser de maneira apolítica, ou seja, os objetivos estarão voltados exclusivamente para a execução das atividades fins sem interesses políticos envolvidos no processo.

É possível observar uma considerável relevância ao que foi dito por Savitz e Weber (2007) que não existe uma participação ativa dos pequenos e médios empresários em atividades de cunho social, sendo limitadas a participações primárias, com baixo envolvimento da organização.

Apenas um empresário mencionou adotar uma postura socialmente responsável em sua empresa, pois ele diz dar oportunidade a jovens que não tem preparo para iniciar no mercado de trabalho contratando-o como estagiário capacitando-o naquela área de trabalho. Segundo ele, todos os seus atuais funcionários começaram como estagiários e hoje são profissionais qualificados a trabalhar em qualquer empresa deste setor.

Este baixo número de relatos em implantações nas próprias empresas entrevistadas pode ser explicado por Guimarães (1984) quando diz que a maioria dos interessados pela responsabilidade social nas empresas não se compromete realmente com a questão em si, o que gera uma má implantação nas estratégias de gestão.

#### 7.4. PARTICIPAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS EM PROJETOS

Apesar de a maioria confirmar sua participação nos projetos desenvolvidos por esta OSCIP (Organização de Sociedade Civil de Interesse Público) através de reuniões e ajudas no que for preciso como divulgação dos projetos, dois entrevistados admitiram estar em falta com suas obrigações de membros da Agência X, não contribuindo assim para o desenvolvimento de novos projetos ou dos já existentes. Inclusive o entrevistado 6 menciona que participa pouco e não conhece todas as atividades da Agência X, como por exemplo, o convênio com o CIS – Centro de Integração Social e alega ter tomado conhecimento somente durante a entrevista.

Já o entrevistado 8 diz não participar muito, pois nenhum projeto desenvolvido foi cabível à sua empresa, participando apenas das reuniões, quando convidado. A maioria acredita ter uma boa participação, pois participam das reuniões. Apenas três entrevistados mencionam uma maior participação nas atividades, contribuindo para a elaboração de suas estratégias e aplicações.

Uma discussão levantada por alguns sócios é a limitação encontrada em seu estatuto, o qual não traz a oportunidade de inserção de novos associados.

Nosso estatuto foi feito de se formar por empresas e nos obrigando apenas a fundadores participarem de cargos eletivos (Entrevistado 4).

A necessidade de alteração do estatuto já foi reconhecida, o que passa a ser um progresso positivo para esta OSCIP, com essa mudança, torna-se possível ampliar ainda mais sua atuação no cenário local além de aumentar a conscientização nas empresas da Cidade Y quanto à responsabilidade social.

Todos os entrevistados concluem que a necessidade maior para que se obtenha desenvolvimento verdadeiramente sustentável e com responsabilidade social na região é principalmente trabalhar estes conceitos no cenário local para aumentar a conscientização dos empresários, das autoridades locais, da população em geral e inclusive dos próprios sócios da Agência X, ao considerar que muitos não participam efetivamente dos projetos desenvolvidos.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das declarações apresentadas nesta pesquisa percebe-se que pouco se é divulgado os trabalhos desenvolvidos por esta OSCIP, o que causa a esta organização certo anonimato perante a sociedade.

Desde sua criação em 2003 a constituição de sócios é a mesma, não havendo adesão de novas empresas e desligamento das já existentes, este fato atribui-se a uma limitação no Estatuto Social, contudo, uma solução já vem sendo discutida para que seja alterado o referido.

A maioria dos sócios participa das reuniões pré-estabelecidas e apenas dois empresários entrevistados admitem não participar efetivamente. A participação da maioria dos sócios é limitada apenas a estas reuniões, não havendo um maior envolvimento nas ações desenvolvidas. Essa participação poderia ser um fator positivo para estas empresas, pois a sociedade perceberia o quanto elas prezam o desenvolvimento local, considerando que os clientes tendem a valorizar mais as empresas que se preocupam com questões sociais.

Apenas um empresário menciona adotar ações de Responsabilidade Social também em sua empresa não se limitando apenas à participação nesta organização.

A conscientização local também é outro fator importante a ser trabalhado por esta OSCIP, o que contribuirá grandemente para o desenvolvimento de seus projetos. Esta conscientização não deve ser apenas em um aspecto amplo, a toda a sociedade, mas também a trabalhos voltados especificamente a empresários locais para que reconheçam a necessidade e os benefícios de suas participações em instituições como a Agência X.

Apesar dos entrevistados terem consciência da importância da busca do Desenvolvimento Sustentável e da Responsabilidade Social nas empresas e destes contribuírem no desenvolvimento de projetos relacionados a estes fins, ainda não existe uma participação efetiva.

Pode-se observar que ainda há muito que ser feito nesta área, ao considerar que a maioria dos empresários possuem uma limitação em sua participação na APC e por não haver maiores declarações quanto a busca da Responsabilidade Social em suas próprias empresas.

## 9. Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL, **Decreto N° 3.100 de 30 de junho de 1999**. Disponível em: <<http://www.mj.gov.br/>>. Acesso em: 25 mar. 2009.

BRASIL, **Lei 9.790, de 23 de março de 1999**. Disponível em: <<http://www.mj.gov.br/>>. Acesso em: 25 mar. 2009.

BITTENCOURT, E. C. A responsabilidade social: ideologia, poder e discurso na lógica empresarial. **Revista de Administração Empresas**, vol. 45, Ed Especial Minas Gerais. 2005 p 10-22.

CARRIERI, A. de P. *et al.* Os discursos da responsabilidade social nas organizações e a incorporação da temática ambiental: o caso de uma empresa de telefonia. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

COLLIS, J; HUSSEY, R; **Pesquisa em administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. Tradução Lúcia Simonini. 2. ed. Porto Alegre: Bookman do Brasil, 2005.

CORAL, E. *et al.* **Sustentabilidade corporativa e os modelos de planejamento estratégico: uma equação não resolvida.** ANPAD, 2003, Disponível em <http://www.anpad.org.br/3es/2003/dwn/3es2003-75.pdf>, acesso em 23/02/2009.

GONÇALVES, E. L. Responsabilidade social da empresa. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, out/dez 1984 p. 226-240.

HART, S. L.; MILSTEIN, M. B. Traduzido por BENDASSOLLI, P. F. Criando valor sustentável. **Revista de Administração de Empresas Executivo**, vol.3, n.2. maio/julho 2004 p. 65-79.

MACKE, J.; CARRION, R. M. Programas sociais corporativos: a importância da abordagem transdisciplinar. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

MENDES, T. Sustentabilidade. **Revista Brasileira de Administração**. Ano XVIII, nº 67, Nov/dez 2008 p. 25-26.

OLIVEIRA, J. A. de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, out/dez 1984 p. 203-210.

RUTHES, S. **Inteligência competitiva para o desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Peirópolis, 2007.

SAVITZ, A. W.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEIFFERT, M. E. B. **ISSO 14001 sistemas de gestão ambiental: implantação objetiva e econômica.** 3 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2007.

SERPA, D. A. F. Ética e responsabilidade social corporativa são importantes? Um estudo com futuros e atuais gestores de empresas. **Enan**, 2005.

TOMEI, P. A responsabilidade social da empresa: análise quantitativa da opinião do empresariado nacional. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 189-202, out./dez 1984.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2008.

WIKIPEDIA. **Organização da Sociedade Civil de Interesse Público.** Disponível em <<http://pt.wikipedia.org>>. Acesso em: 29 mar. 2010.

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

---

<sup>1</sup> O nome da OSCIP estudada foi omitido, de modo a preservar sua identidade, sendo assumida a denominação 'Agência X' para referir-se à ela.