

**FATORES DE PERCEÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS  
SOCIAIS DAS ORGANIZAÇÕES DE TANGARÁ DA SERRA CERTIFICADAS  
PELO SELO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA ASSEMBLÉIA  
LEGISLATIVA DE MT**

**Klécia Pereira de Medeiros<sup>1</sup>  
Flávio Amaral Oliveira<sup>2</sup>**

**RESUMO**

A presente pesquisa teve como objetivo identificar a contribuição dos investimentos sociais para o ambiente interno das empresas localizadas em Tangara da Serra que receberam o Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso considerando os anos de 2010, 2011 e 2012. A metodologia da pesquisa foi descritiva com abordagem qualitativa através de análise dos questionários aplicados e balanços sociais publicados no site da Assembléia Legislativa do Estado de Mato Grosso. O estudo apontou que os investimentos em projetos sociais contribuem para a saúde empresarial tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo. Identificou-se que vários são os benefícios para a empresa seja a integração entre funcionários, motivação, reconhecimento público, interação com a sociedade, *marketing social*, harmonia no ambiente de trabalho, estímulo de trabalho em equipe, valorização da marca, conquista de novos clientes e entre outros benefícios apontados. Foi possível constatar também que os investimentos em fatores internos e externos não são tão expressivos quando comparados com a receita, porém trazem retornos grandiosos para a empresa, pois além de proporcionar diversos benefícios a empresa é reconhecida publicamente com socialmente responsável e também pode receber selos de certificação social.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social. Projetos Sociais. Investimentos Sociais.

**1 INTRODUÇÃO**

A idéia de responsabilidade social empresarial é complexa e dinâmica, com concepções diferentes em diferentes contextos e está relacionado a diferentes conceitos. Para alguns está ligado ao conceito de responsabilidade legal; para outros pode manifestar um comportamento socialmente responsável no entendimento ético; incluindo os conflitos diretos assim como os que atingem terceiros, o que envolve toda a cadeia produtiva e o ciclo de vida de produtos. (BERTONCELLO, 2007)

A responsabilidade social estende-se em múltiplas exigências: relações de companheirismo entre clientes e fornecedores, produção com qualidade, contentamento dos usuários, contribuições para o crescimento da comunidade; investimentos em busca tecnológica, conservação do meio ambiente, participação de funcionários nos resultados e nas decisões das empresas, consideração aos direitos dos cidadãos, não discriminação dos

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Ciências Contábeis da UNEMAT – Campus de Tangará da Serra. e-mail: klecia\_tga@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor pós graduado do curso de Ciências Contábeis da UNEMAT – Campus de Tangará da Serra. e-mail: flavioamaral@unemat.br

gêneros, raças, idades, etnias, religiões, ocupações, preferências sexuais, investimentos em segurança do trabalho e em crescimento profissional. (BERTONCELLO, 2007)

Responsabilidade social tem muito mais a ver com fatores econômicos, políticos e estruturais do que com uma nova preocupação ética das empresas com o meio ambiente e as condições sociais do planeta, estes fatores incluem as oportunidades conhecidas como “ganha ganha”, a oportunidade de alavancar vantagens competitivas, a “gestão da imagem”, as políticas de consumo e grupos de pressão regulação ou a ameaça da regulação, e as mudanças na forma como a produção e o marketing estão globalmente organizadas. (UTTING 2000 apud RODRIGUES 2005)

Com a presente pesquisa, buscou-se atingir o objetivo geral de identificar os fatores de percepção da contribuição dos projetos para o ambiente interno das organizações, uma vez que os projetos sociais visam a inclusão social, além de manter a proximidade cada vez mais forte entre seus funcionários, empresários e sociedade.

Desta maneira a análise foi necessária para atender os objetivos específicos de identificar se os investimentos em projetos sociais das empresas certificadas pela Assembléia Legislativa de Mato Grosso de Tangará da Serra contribuíram para a saúde empresarial. Teve também como objetivo específico identificar o percentual da receita destinado a investimentos internos e externos da empresa.

A justificativa deste tema se deu pelo fato de que a responsabilidade social se torna cada vez mais presente na sociedade, tornando o mercado mais exigente diante das necessidades em geral, pois com o mundo globalizado e informatizado a população se torna cada vez mais consciente e de certa maneira apostam e acreditam em empresários que preocupam-se com a necessidade do meio em que está inserido, além do mais por meio desta pesquisa apontamos aos futuros profissionais da contabilidade a importância de investir em atos de responsabilidade social, contribuir com projetos e incentivar seus clientes a se tornarem empreendedores socialmente responsáveis.

Investir financeiramente, voluntariamente ou de qualquer outra forma em atos responsáveis faz com que o indivíduo tenha uma visão diferenciada do público beneficiado, pois poderá investir em projetos em atos que mudam e comprometem o futuro da pessoa, tornando-a um profissional bem sucedido e além do mais uma pessoa socialmente responsável.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Responsabilidade Social

A Responsabilidade Social Empresarial teve seu início com movimento nos anos 1960, sua proliferação se deu a partir dos EUA e a motivação se fundamentou na busca por maior consciência de segmentos da sociedade em relação à responsabilidade das empresas na preservação do meio ambiente e dos direitos dos consumidores. Todas essas questões são entendidas como de caráter social por estarem referenciadas a problemas da sociedade como um todo (REIS, 2009). Em contrapartida Tinoco (2006, p. 116) diz: “a responsabilidade pressupõe o reconhecimento da comunidade e da sociedade como partes interessadas da organização, com necessidades que precisam ser atendidas.”

Conforme o Instituto Ethos de Responsabilidade Social no Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial adquiriu forte impulso na década de 90, com a ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. O trabalho do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE na promoção do Balanço Social é uma de suas expressões e tem logrado progressiva repercussão. A obtenção de certificados de padrão de qualidade e de adequação ambiental, como as normas ISO, por mais de cem organizações brasileiras, também é outro símbolo do progresso que têm sido obtidos em alguns aspectos relevantes da responsabilidade social empresarial (INSTITUTO ETHOS, 2012).

Carrol (1999, p. 282) apud Betoncello (2007, p.71) diz que: um significado mais amplo da responsabilidade social surgiu em 1979 quando o mesmo autor Carrol, propõe um modelo conceitual onde inclui uma variedade de responsabilidades das empresas junto à sociedade, e esclarece os componentes de responsabilidade social empresarial que estão além de gerar lucros e obedecer à lei.

O Instituto Ethos (2012) afirma que:

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa. A prática da responsabilidade social revela-se internamente na constituição de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional das pessoas. A empresa, com isso, aumenta sua capacidade de recrutar e manter talentos, fator chave para seu sucesso numa época em que criatividade e inteligência são recursos cada vez mais valiosos.

Ventura (2003) apud Rodrigues (2005, p. 28) reforça que, no caso da responsabilidade social, o movimento surge como resultado da crítica à formação pela qual as empresas se

relacionam com a sociedade, tirando dela (dos seus recursos) seu lucro, para acionistas e controladores, mas pouco beneficiando-a ou até causando-lhe danos. Em resposta o movimento pela responsabilidade social (re) cria provas e dispositivos que, ao operar um deslocamento, desmantela a crítica. São criados institutos para lidar com o assunto, de forma isomórfica às empresas; são instituídas certificações na área social, como a SA800 e AA1000, balanços selos, concursos; ou seja, todo um conjunto de regras e convenções para categorizar e classificar as empresa em relação a seu comportamento socialmente responsável, onde são exigidos e valorizados aspectos que, em última instância, os próprios capitalistas elegem, sem prejuízo para lucratividade.

Responsabilidade Social Corporativa é o compromisso estável dos empresários de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável e adotar um procedimento ético, possibilitando melhora simultânea a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo de forma que seja bom tanto para a empresa como o desenvolvimento (MELLO NETTO e FROES, 1999).

Conforme Bertoncello (2007) responsabilidade social é expressa através do comprometimento que as empresas tem para com a sociedade, sendo estas através de atos e atitudes que afetem de forma positiva e que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos:

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo pro ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter oral além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas à suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. (ASHLEY 2002, p.98 apud BERTONCELLO 2007, p.73).

Segundo Utting (2000) apud RODRIGUES (2005, p. 29) diz que: “[...] a gestão ambiental, na maior parte das vezes as empresas são certificadas em função da existência de normas internas de gestão, e não pelo impacto dessas práticas no meio ambiente. Há evidências de que as grandes estão se mostrando fortes nas normas, porém fracas em termos de resultados”.

## **2.2 Balanço Social**

O balanço social é um espelho importante da situação social da organização, neste manifesta a forma que ela é gerida. Plataforma de cooperação ou de reivindicação, este inaugura de forma implícita uma nova era nos relatórios entre a direção e os assalariados.

Mostra ainda que é preciso conceder ao balanço social a mesma consideração de que se beneficiam o balanço financeiro e o balanço fiscal (DANZINGER, 1983, apud, TINOCO 2006).

Com a necessidade da gestão e resposta a uma demanda de informações o balanço social tem um duplo objetivo, sendo no plano legal, fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido apenas um simples fator de produção, encontra-se promovido como parceiro de dirigentes da empresa, já no plano de funcionamento da empresa, serve de instrumento de pilotagem no mesmo título que os relatórios financeiros. Os trabalhadores encontram-se assim associados à elaboração à execução de uma política que os liga ao principal dirigente (Tinoco, 2006)

A lei francesa do Balanço Social é denominada Lei nº 77.769, de 12 e julho de 1977, colocada em prática em 1979 sendo submetidas às organizações que tinham 300 ou mais funcionários à publicar o Balanço Social (TINOCO, 2006, p. 30). Tinoco complementa que uma experiência interessante foi desenvolvida em 1972, pelas empresas Singer France que construiu para seus comitês de estabelecimento seu primeiro balanço socioeconômico.

### **2.3 Certificação Social**

A certificação social surgiu como réplica à necessidade de projetos sociais, devido a visão do consumidor quando relacionado à importância de problemas sociais globais emergentes, desta maneira a certificação social inseriu um olhar humanista e ético à área empresarial (GUILLARDI, 2006).

Adquirir certificação de socialmente responsável manifesta que a organização além de respeitar as leis trabalhistas, oferece ambiente de trabalho mais favorável ao crescimento dos funcionários e emprega práticas trabalhistas. Atualmente estes procedimentos mostram a sensibilidade da empresa aos impactos de seus atos na comunidade e por um motivo muito especial além de melhorar a imagem, conseguir uma certificação de responsabilidade social pode ser lucrativo. Com investimentos na área de responsabilidade social os profissionais se sentem mais valorizados e com isso tendem a aumentar a produção. (SEBRAE-SC, 2003).

As organizações devem estar determinadas a praticar a responsabilidade social visando melhor qualidade de vida para sociedade e com desprendimento de intenções, conforme afirma Fontes:

O valor de um selo de responsabilidade social torna-se sem validade ou importância caso o conceito ou causa a qual ele se refere não esteja claro ou internalizado na mente do consumidor ou da empresa. Ou seja, o selo traz apenas um valor simbólico para o compromisso de uma empresa com este conceito ou causa social. Sendo assim, mais importante do que participar dos processos de comunicação e conscientização sobre como uma "marca" de produto está associada a uma causa social, empresas devem estar dispostas a promover a causa social com

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

---

desprendimento de intenções e busca de melhoria de qualidade de vida da sociedade.(Fontes, Miguel – 2005)

O Selo Balanço Social Ibase/Betinho é proporcionado a todas as empresas que publicam o Balanço Social dentro da metodologia e critérios propostos, dentre eles o primeiro é cumprir a tabela de forma completa, não omitindo informações e apresentando estas com transparência (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009).

Como representante da *International Organization for Standardization* (ISO) têm-se a Associação Brasileira de Normas Técnicas, que é responsável pela Certificação NBR 16001, norma brasileira de requisitos de sistema de gestão de responsabilidade social, estabelecida em 2004 e tem por finalidade proporcionar condições mínimas necessárias para um sistema de gestão da responsabilidade social, respeitando os requisitos legais e outros, seus compromissos éticos e sua preocupação com a promoção da cidadania, do crescimento sustentável e transparência de seus atos. (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009)

Conforme diz Baggenstoss e Donadone (2009) a Social Accountability 8000 (S.A 8000) é outra certificação, criada pela *Social Accountability International* (SAI) que age especificamente em relação à responsabilidade trabalhista nas organizações, como ela própria se denomina: método que tem como objetivo aperfeiçoar as boas relações de trabalho e o bem-estar (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009)

Dentre outras certificações são elas: Selo Empresa Amiga da Criança desenvolvida pela Fundação Abrinq para organizações que não tiram proveito da mão de obra infantil e cooperam para o bem e qualidade de vida das crianças e adolescentes. (RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2012).

As certificações sociais realizadas pelas Assembleias Legislativas na esfera nacional teve início no Rio Grande do Sul, instituído pela Lei 11.440/2000, de autoria do deputado estadual César Busatto denominada como Lei de Responsabilidade Social. Para as organizações localizadas neste estado participarem é necessário que enviem o Balanço Social devidamente assinado por contador registrado no órgão competente o cujo modelo é disponibilizado através de edital anualmente (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009).

Em seguida têm-se a criação da Lei 7687/2002 apresentada pelos deputados estaduais Humberto Bosaipo, José Riva e Eliene Lima, que com base nas mesmas normas exibidas pelos companheiros do Rio Grande do Sul, Mato Grosso torna-se o segundo estado a possuir uma lei determinando o Certificado de Responsabilidade Social. Em terceiro e último estado a instituir esta lei foi o estado do Amazonas. A Lei 2843 estabelece que, uma vez ao ano, a

Assembleia do Estado do Amazonas, será certificada as organizações que apresentarem o seu Balanço Social do exercício imediatamente anterior a Certificação (BAGGENSTOSS, 2009).

#### **2.4 Certificado de Responsabilidade Social Assembleia Legislativa de Mato Grosso**

A Lei 7687/2002 aprovada pelo governador José Ribeiro Sales em 2002, criou o Certificado de Responsabilidade Social com o objetivo de motivar o reconhecimento público de entidades que incrementam projetos e promovem a qualidade de vida dos seus colaboradores, do meio ambiente e da comunidade onde está inserida. O Balanço Social documento pelo qual, de acordo com a Lei, as organizações indicam o perfil de sua atuação social durante o exercício contábil, a qualidade das relações com os funcionários, cumprimentos de cláusulas sociais, da participação dos colaboradores nos resultados econômicos e os recursos de crescimento pessoal, bem como o envolvimento das empresas e das outras organizações com a comunidade, o meio ambiente, foi à ferramenta utilizada obter estes dados (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009).

A Assembleia Legislativa de Mato Grosso criou através do ato nº 07/07, em 02/04/2007, a Comissão Mista de Responsabilidade Social que trata o Artigo 4º da Lei nº 8.477 – D.O. 15.05.2006, responsável pelo estabelecimento do preceito para concessão do certificado de Responsabilidade Social, aplicáveis aos Balanços Sociais, para com a finalidade de desenvolvimento deste trabalho de certificação. (ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DE MATO GROSSO, 2012).

As organizações e entidades que vierem a ser denunciadas por não cumprimento das leis sociais, trabalhista, previdenciárias, ambientais e demais previsão legal poderão perder o título recebido, tendo em vista que uma das atribuições da Comissão Mista é a cassação do certificado. Antes, porém será feito uma averiguação por parte da Comissão. Contudo não há nenhum relato de ocorrências desta natureza (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009)

Conforme o edital apresentado pela Comissão Mista esta não faz referência à definição de Responsabilidade Social assim como a Lei 7.687 também não o faz. Aconselha, no entanto, as finalidades específicas da premiação são provocar o debate público sobre a responsabilidade Social visando maior contribuição para o crescimento sustentável do estado de Mato Grosso (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009).

Além do mais são finalidades da premiação provocar a apresentação de Balanço Social pelas organizações e demais entidades, alastrar os conceitos, benefícios e ações de Responsabilidade Social, entusiasmar o reconhecimento de esforços conjuntos a procura de

uma sociedade melhor, comover a sociedade a abraçar postura cidadã participando de programas relacionados a Responsabilidade Social, que não se limitem a execução de doações filantrópicas, construir relacionamentos com demais empresas, fomentar troca de experiências e aprendizagens entre organizações e demais entidades, detectar meios inovadores e eficazes de agir em parceria com as comunidades na construção de bem-estar comum. (BAGGENSTOSS E DONADONE, 2009).

## **2.5 Atuação das Organizações Empresariais em Projetos Socioambientais**

Conforme Melo Neto e Froes (2001), a existência de uma carência real a ocorrência de um problema social, o que simboliza a ausência de um serviço social básico, seja educação, saúde, habitação, saneamento, trabalho e emprego, nutrição e assistência social. Além de representar a carência, a falta de um serviço social básico, à escassez atinge uma população-alvo, podendo ser jovens desempregados, crianças fora da escola, idosos desassistidos, detentos sem qualquer assistência, enfermos precariamente atendidos ou até mesmo famílias abaixo do risco de pobreza e miséria.

Melo Neto e Froes (2001) certifica-se que os elementos definidores dos projetos sociais são a carência social, a população motivo desta carência, o serviço social básico agregado a esta escassez e as características da população-alvo.

Em relação às contribuições das empresas privadas para a resolução de problemas no Rio de Janeiro afirma Pfeiffer (2001, p. 87):

Segundo as autoridades e técnicos municipais referidos, a colaboração das empresas privadas na realização de atividades de competência da Administração Pública Municipal, nas formas apresentadas, contribui para a resolução de problemas da cidade, especialmente de problemas relativos à conservação/ manutenção de áreas e equipamentos públicos, por agilizar essa resolução, multiplicar a ação da Prefeitura e permitir que obras e serviços não considerados prioritários em termos de cidade, mas considerados relevantes a nível local, sejam efetuados. Sob o ponto de vista destes, essa colaboração constitui um “plus” na atuação do Governo Municipal.

Em contrapartida, Pfeiffer (2001, p. 89) reforça a visão da empresa em relação sua contribuição, que assim também exposto por autoridades e técnicos municipais, a participação de ações de empresas agilizam a resolução de problemas de locais determinados. Dizem ainda que se não houvesse esta contribuição de empresas os problemas sociais não seriam resolvidos com tanta precisão, pois não constFLituem como prioridade para o Governo Municipal ou até mesmo pelo Município não dispor de recursos suficientes para solucionar todas as demandas da cidade.



Rodrigues (2010) afirma que é ascendente a conscientização do consumidor, que tem passado a preferir produtos de empresas éticas que estejam ligadas a uma causa social. E com isso, existe a crescente visão empresarial pela responsabilidade social como estratégia de expansão de seus negócios. Com a conduta ética e translúcida da Rede McDonald, a base está nos aspectos sociais, visando um crescimento econômico sustentável. Essa praxe ganha cada vez mais relevância.

### **3 METODOLOGIA**

A definição da pesquisa em relação aos objetivos foi caracterizada como sendo de natureza exploratória com abordagem qualitativa e teve como estratégia de pesquisa o estudo de caso, sendo uma pesquisa descritiva. O levantamento de dados foi feito diretamente com os empreendedores das empresas em estudo por meio de questionários com respostas abertas e fechadas, à fim de que fosse analisado quais os retornos para os empresários com relação aos projetos implantados.

Dentre as empresas Unimed Vale do Sepotuba, Data Med, Minerva Processamento de Dados Contábeis, Saúde Bucal Operadora de Planos de Saúde, Inviolável Tangará, Agro Amazônia Sistemas Mecanizados e Nogueira Toniazzo e Cia, uma teve suas atividades encerradas impossibilitando a aplicação do questionário, outras duas até a conclusão de artigo não responderam o questionário, portanto apenas quatro empresas responderam, sendo que, três foram caracterizadas como de pequeno porte e uma de médio porte, e todas foram classificadas como prestadoras de serviços. Uma delas, além de prestadora de serviço, é do ramo de comércio varejista. Três caracterizaram-se como empresa Ltda e uma como cooperativa.

Os questionários foram encaminhados por email a todos os empreendedores das empresas que apostaram em projetos sociais e foram certificadas pelo selo da Assembleia de MT em Tangará da Serra com base nos balanços sociais dos anos exercícios de 2009, 2010 e 2011.

O questionário foi composto por algumas questões que exigiram a resposta por escala de importância, sendo que 1(um) foi considerado o item mais importante e o 5 (cinco) ou, quando for o caso, o 6 (seis) o item com menos importância. Nestas questões por escala de importância, ocorreram respostas em que se obtiveram numerações repetidas, pois ao analisar

as opções os administradores não notaram diferenciação na escala, relatando que algumas opções eram notáveis pela organização na mesma intensidade.

Nas tabelas de análises de respostas as informações expostas na parte superior das tabelas equivalem ao grau de importância e todas as informações descritas no preenchimento destas correspondem a quantidades de marcações que obteve aquele determinado item.

Com relação aos meios utilizados para obtenção de informações de investimento, análise de balanços sociais e de quais as empresas que foram certificadas pelo selo de Responsabilidade Social da Assembléia Legislativa durante o período analisado, foi consultado o portal da Assembléia Legislativa de MT. Outro método foi a aplicação de questionários para adquirir os dados necessários para análise e conclusão de informações que fez-se necessária para atingir os objetivos desta pesquisa, além do mais foram consultadas revisões bibliográficas.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

5 O cenário estudado é composto por empresas localizadas em Tangará da Serra que receberam o certificado de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT nos anos de 2010, 2011 e 2012, são elas a Unimed Vale do Sepotuba, Data Med, Minerva Processamento de Dados Contábeis, Saúde Bucal Operadora de Planos de Saúde, Inviolável Tangará, Agro Amazônia Sistemas Mecanizados e Nogueira Toniazzo e Cia.

A Doyon – Medicina Diagnóstica contribui com ações que são fundamentais pra o desenvolvimento do ser humano, melhorando a qualidade de vida de todos os envolvidos, pois se preocupa com o bem estar da população. Em conjunto com o escritório Minerva de Contabilidade, Saúde Bucal Operadora de Planos Odontológicos Ltda - Inasb, Inviolável Tangará e Unimed Vale do Sepotuba, apoiam o projeto Flauta Mágica, que desenvolve crescimento de ações direcionadas para educação e cultura em Tangará da Serra, desenvolvendo assim consciência social com todos os funcionários e com a comunidade. (DOYON, 2012)

A Unimed Vale do Sepotuba, investiu em um recente projeto que é a Medicina Preventiva amparada pela Pró-Vale que tem por finalidade fornecer orientações preventivas primárias e secundárias, cooperando para mudanças de hábitos estilos de vida e proporcionando a manutenção da saúde, aperfeiçoando a qualidade de vida de seus clientes. (UNIMED VALE DO SEPOTUBA, 2012)

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

Dentre os projetos desenvolvidos pelo Instituto Pró-Vale, o Judô Cidadão tem como finalidade propiciar aulas de judô às crianças em momentos vagos, incentivando respeito ao próximo, aos idosos e para que possam ter melhores expectativas de vida. Outro projeto desenvolvido em parceria com a Unimed Vale do Sepotuba, Unimed e Associação Fonte de Luz são a Capoeira Cidadã que tem como objetivo inclusão social e educacional, pretendendo restabelecer e orientar crianças e adolescentes com dificuldade de aprendizado e relacionamento familiar. No projeto doutores do riso, funcionários e voluntários transformam-se em palhaços e realizam visitas às crianças hospitalizadas sejam elas clientes Unimed ou não, este ato faz com que em momentos como estes a criança tenha um momento de descontração, deixando de lado por alguns instantes a dor, o desânimo e até a tristeza de estar naquele ambiente. (INSTITUTO PRÓ VALE, 2012).

Quanto ao administrador, foram analisados os perfis e formação, destes 3 são do sexo masculino e uma do sexo feminino. Dois são os proprietários e administradores da empresa e dois são administradores. Questionou-se quanto a instrução dos administradores, e chegou-se a conclusão de que 3 são pós graduados e 1 tem ensino médio completo.

**Tabela 1. Meios para obtenção de capacitação em responsabilidade social e projetos sociais**

<b>Meios de capacitação</b>	<b>Unimed</b>	<b>Minerva</b>	<b>Hidrautec</b>	<b>Inviolável</b>	<b>Total</b>
Cursos	X	X	X		3
Seminários		X			1
Congressos		X			1
Cursos técnicos					
Graduação			X		1

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Desses perfis analisados, ilustrados na tabela 1 apenas um não possui nenhum tipo de formação ou capacitação que envolveu responsabilidade social ou projetos sociais. Em análise às respostas, verificou-se que em meio às formas de treinamentos ou capacitação sobre responsabilidade social a mais utilizada foi os cursos.

Com os questionários aplicados, identificou-se que todas as empresas possuem funcionários treinados e capacitados em projetos sociais e responsabilidade social. Dentre elas, a Unimed Vale Do Sepotuba possui cerca de 7 funcionários, a Inviolável Tangará 5 colaboradores, a empresa Hidrautec possui 15 funcionários capacitados e o Minerva Contabilidade possui 22 funcionários.

Constatou-se que as empresas além de apoiarem projetos sociais e se tornarem parceiras, trabalham isso com seus funcionários, tornando-os capazes através de treinamentos

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

os que lhes proporcionem conhecimento o suficiente para lidar com situações em que pessoas precisam de ajuda e de carinho e somar experiências e aprendizados para cada projeto quanto para a vida de cada pessoa beneficiada. Assim como podemos identificar também no trabalho de Souza (2013), empresas que se interessam com o desenvolvimento humano têm o nível de informação sobre a empresa mais aprimorada, além de assegurar o sucesso de seus funcionários e estimular a responsabilidade social interna.

Um fator analisado foi a forma como é percebido a contribuição dos projetos sociais para o ambiente interno, que de acordo com Souza (2013), ambiente interno são os investimentos que beneficiam a área interna da empresa, sejam os vales transportes, vales alimentação, saúde, segurança e despesas voltadas especificamente para área onde o colaborador está inserido, previdência privada e dentre outros benefícios.

A tabela 2 evidencia todos os elementos captados que evidenciam a percepção da contribuição para o ambiente interno da empresa. Nesta tabela foram analisadas as informações por escala de importância, sendo que 1(um) foi considerado o item mais importante e 6 (seis) o item com menos importância.

**Tabela 2. Fatores de percepção de contribuição no ambiente interno**

<b>Fatores de percepção de contribuição</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Harmonia no ambiente de trabalho	1	2	1	0	0	0
Motivação de funcionários	1	2	0	0	1	0
Integração entre funcionários	3	1	0	0	0	0
Crescimento pessoal e profissional	2	1	0	0	0	1
Estímulo de trabalho em equipe	2	2	0	0	0	0
Lealdade de funcionários	3	0	0	1	0	0
Não traz resultados	0	0	0	0	0	0

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Conforme tabela 2 a integração e lealdade de funcionários, são os fatores que maior evidenciam a contribuição dos projetos sociais no ambiente interno das empresas, pois ambas foram indicadas por três vezes cada uma, como o fator número 1 de acordo com a escala de relevância. Identificou-se também que dentre estas duas opções, já analisando a segunda escala, a integração entre funcionários destacou-se como sendo o índice de maior percepção destas contribuições para os empresários.

A percepção da contribuição dos projetos e investimentos sociais voltadas para o ambiente externo que de acordo com Souza (2013), estes investimentos em ambientes externos tratam-se de investimentos voltados para a sociedade na qual a empresa esta inserida

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

e que trazem alguns indicadores como, por exemplo, cultura, lazer, esporte, combate à fome e entre outros.

Neste estudo os investimentos neste ambiente foram percebidos de diversas formas pelo empreendedor, seja por reconhecimento público, *marketing* social, conquistas de novos clientes e dentre outras opções. As respostas obtidas conforme tabela abaixo, foram analisadas por escala de importância, sendo que 1 (um) foi considerado o item mais importante e 6 (seis) o item com menos importância.

**Tabela 3. Fatores de percepção de contribuição no ambiente externo**

<b>Fatores de percepção de contribuição</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Reconhecimento público	2	0	2	0	0	0
<i>Marketing</i> social	2	1	1	0	0	0
Conquista de novos clientes	0	1	2	0	0	0
Valorização da marca	1	1	1	1	0	0
Reforça laços com clientes	0	3	0	0	0	1
Aumento de participação no mercado	1	0	2	0	1	0
Interação com a sociedade	1	3	0	0	0	0
Não traz resultados	0	0	0	0	0	0

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

De acordo com a tabela 3 os índices de maiores destaques foram reconhecimento público e *marketing* social da empresa, com 2 marcações cada uma. Dentre estas opções evidenciadas a que se sobressai quando analisado a escala de importância 2 é o *marketing* social com mais uma marcação, seguido por uma outra indicada como grau 3. Convém ressaltar também que a divulgação da empresa por meio de ações sociais é de fundamental importância não apenas para o *marketing* social como identificado na tabela acima, mas também para a interação com a sociedade, credibilidade com clientes, aumento de participação no mercado, pois cada vez mais os consumidores estão mais exigentes.

Assim como no estudo de Lima (2011), qualquer organização que tiver uma ação social bem orientada garante posição de destaque na sociedade onde atua e este fator é decisivo na autopreservação organizacional. Com imagem fortalecida e dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela custeado, a organização torna-se mais apreciada e vende mais. Seus produtos, seus serviços e, sobretudo sua marca ganha maior visibilidade, acolhimento e potencialidade. Clientes tornam-se orgulhosos de adquirir produtos de uma organização com elevada responsabilidade social, fornecedores sentem-se motivados em trabalhar com parceiros de uma organização desta natureza, o governo e a sociedade civil tornam-se

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

parceiros desta organização em seus empreendimentos sociais e os concorrentes reconhecem a vantagem de valor desta organização.

**Tabela 4. Formas de identificação do voluntariado na empresa**

	<b>Unimed</b>	<b>Minerva</b>	<b>Hidrautec</b>	<b>Inviolável</b>
Benefícios (14º salário, gratificações, satisfação pessoal)			X	
Palestras	X			
Cursos				X
Seminários		X		
Outros		X		

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

De acordo com a tabela 4 os métodos utilizados para trabalhar o voluntariado e envolver os funcionários nos projetos administrados e apoiados pela empresa são palestras, cursos, seminários e há também os que oferecem aos funcionários benefícios como, por exemplo, o Minerva que através de gincanas, seus colaboradores arrecadam brinquedos, bombons, e brindes em geral para presentear as crianças beneficiadas pelos projetos apoiados pela empresa e em troca disso a equipe vencedora também é presenteada desde calculadoras HP's até brindes mais singelos.

Para que as metas sejam cumpridas é necessário medir e avaliar os resultados dos investimentos e para identificar se a empresa está atingindo o que foi planejado é necessário o apoio de algumas ferramentas para análise. Dentre estes meios, os utilizados pelas empresas estudadas para mensuração destes resultados são as entrevistas diretamente com o público alvo dos projetos sociais.

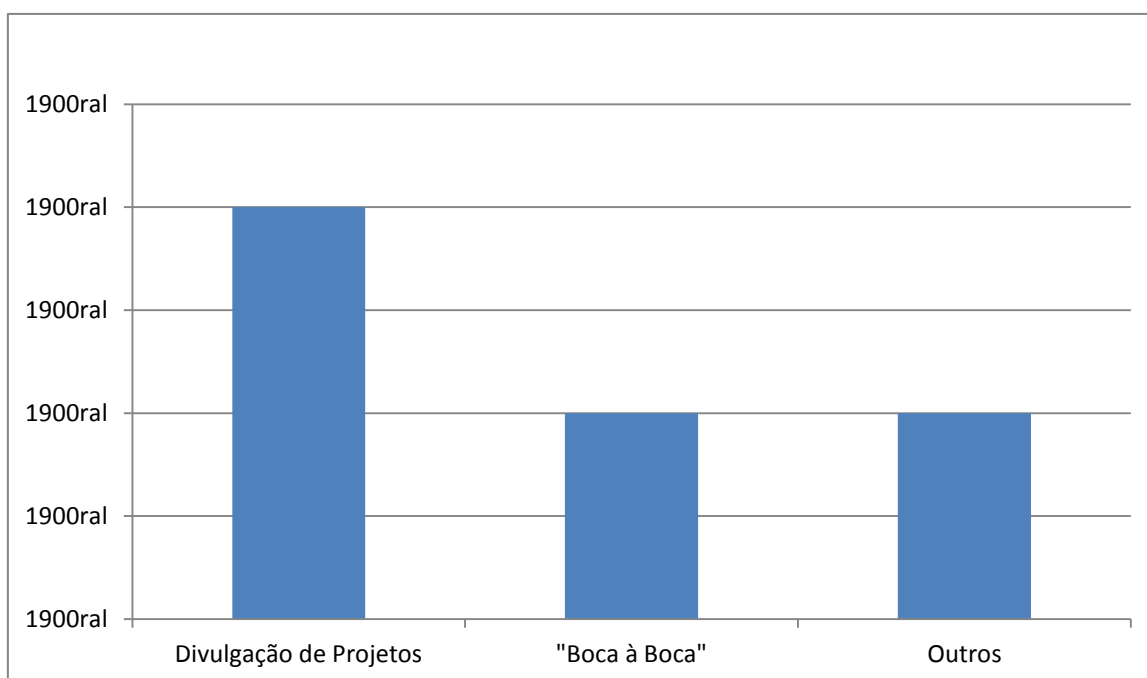
Outro fator analisado foi a forma como a empresa utiliza a publicação do Balanço Social como uma ferramenta de marketing.

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

**Figura 1. Utilização do Balanço Social como ferramenta de Marketing**



Fonte: Dados da pesquisa, 2013

De acordo com a figura 1, a forma mais utilizada do balanço social como uma ferramenta de marketing é através da divulgação em seus projetos sociais, seguido pelo popular boca à boca e também para outras formas de marketing.

Constatou-se que nem todas as empresas apresentam para seus colaboradores o Balanço Social para que se tenha conhecimento dos investimentos em atos sociais da empresa. Duas empresas apresentam para seus colaboradores estas informações e as outras duas não comunicam nem divulgam.

Com relação a tabela 5, constatamos que o incentivo que representa maior importância quanto a publicação do balanço social para as empresas é a responsabilidade social, e na sequência optaram também por fidelização de clientes. Empresas socialmente responsáveis, preocupadas com o bem estar da população em geral, são vistas com bons olhos pela sociedade, pois contribuem com a qualidade de vida do meio em que está inserida. Da mesma forma podemos identificar no estudo de Souza (2013) que cada vez mais as empresas buscam o reconhecimento social, que a cada ano aumenta-se o interesse de possuir certificações e serem reconhecidas como empresas socialmente responsáveis.

**Tabela 5. Incentivos para publicação do balanço social**

	Unimed	Minerva	Hidrautec	Inviolável
Marketing social				
Reconhecimento Público				
Responsabilidade social	X	X	X	X

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

Fidelização de clientes			X	
Novos clientes				

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Em análise aos questionários apurou-se que para os empreendedores entrevistados a importância da publicação do balanço social se dá devido os seguintes fatores:

- Disseminação da cultura tanto no ambiente interno quanto no externo
- Sensibilização de novos empresários para que possam se tornar socialmente responsáveis
- Por exigência do mercado em que está inserida

Quando analisados o que os empresários acreditam que os projetos sociais trazem de mudança para vida de cada indivíduo nele inserido, identificou-se que as transformações em destaque são autoestima do participante, integração com a sociedade, perspectiva de novas oportunidades, novos horizontes e oportunidades, pois em alguns casos os indivíduos envolvidos espelham-se na profissão destes profissionais, ou até mesmo se o empresário interessar-se por determinada pessoa poderá lhe oferecer uma vaga na empresa, podemos identificar também a oportunidade para o aprendizados e a fortificação de que o estado não é um gestor de políticas públicas que atende as demandas atuais.

Os investimentos sociais das empresas em estudo, em sua grande maioria, são voltados para o ambiente interno da empresa, há também vários investimentos voltados para sociedade. Existem formas de escolhas específicas para local de aplicação destes projetos, e dentre as opções citadas, nota-se que as demandas sociais nas comunidades carentes são fatores de escolha. Há também análises de verbas orçamentárias, resultados mensuráveis e não mensuráveis e também pertinência e objetivo junto à comunidade.

Quanto às formas de planejamento à Unimed possui coordenadora, que neste caso trata-se de assistente social que tem o trabalho de identificar e apontar os projetos pertinentes e objetivos da comunidade, já o Minerva, Inviolável e Data Med utilizam-se de análise de viabilidade dos parceiros dos projetos sociais.

**Tabela 6. Investimentos em ambientes internos e externos**

	2009	2010	2011	Análise vertical 2009	Análise vertical 2010	Análise vertical 2011
Receita bruta	33.418.862,04	42.381.357,93	59.932.838,71	(100%)	(100%)	(100%)
Investimentos no ambiente interno	1.846.167,66	1.761.186,76	2.221.521,70	5,52%	4,16%	3,71%
Investimentos no ambiente	15.516,75	48.740,50	113.826,53	0,05%	0,12%	0,19%



**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

---

externo						
---------	--	--	--	--	--	--

---

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Conforme tabela 6, verificou-se que com base na receita bruta das empresas estudadas os valores destinados aos investimentos no ambiente interno equivalem à 5,52% da receita em 2009, 4,16% em 2010 e 3,71% no ano de 2011. Verificou-se também que os investimentos em fatores externos representaram de 0,05% de sua receita no ano de 2009, 0,12% da receita de 2010 e 0,19% em 2011. Em contrapartida podemos identificar no estudo de Souza (2013) que quando se trata de um âmbito maior, neste caso em que se estende por empresas certificadas do estado do Mato Grosso, o percentual da receita líquida destinado ao ambiente interno da empresa foi de 1,48% em 2008 e 2009, e em 2010 foi 1,54%. Da mesma forma que no estudo de Ponçoni (2013), identificamos que os investimentos em ambientes internos quando comparados com a receita líquida não se tornam tão representativos.

Pode-se identificar também conforme a tabela 6 que, a receita aumentou nos anos de 2009 à 2011 devido ao faturamento da empresa e aumento de uma empresa no ano de 2011, ao contrário do estudo de Souza, 2013 que justificou o aumento da receita apenas devido ao aumento das empresas.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os investimentos em projetos sociais alavancam diversos fatores de desenvolvimento tanto para o ambiente interno da empresa quanto para seu ambiente externo. Os valores aplicados em projetos sociais trazem diversas formas de retornos para as empresas, sejam elas em formas de marketing, de conquista de novos clientes, motivação de seus colaboradores, estímulo de trabalho em equipe e entre outros.

Nesta pesquisa foi identificado que os retornos não são apenas para os indivíduos inseridos em projetos sociais, mais também para as empresas que investem financeiramente e voluntariamente em projetos, pois são reconhecidas publicamente por seus atos além de promover o *marketing* social e contribuir para com a sociedade em geral.

A capacitação em responsabilidade social é algo em que as empresas do cenário estudado apostam, pois além de gestores que possuem certa formação nesta área, proporcionam a seus funcionários capacitações por meio de cursos, palestras, entre outros métodos. Desta maneira, constatou-se que além de investirem em atos sociais, possuem funcionários instruídos e que percebem o quanto é importante a contribuição em atos sociais

tanto para a vida pessoal e profissional quanto para demonstrar ao próximo que pode contribuir para o seu futuro.

Além do mais assim como no estudo de Ponçoni (2013) é possível perceber que o capital investido no ambiente interno e externo das empresas, não tem sido um percentual tão excessivo que possa comprometer suas receitas. Desta maneira apresentou-se este estudo como um incentivo aos empresários do quão gratificante tem sido a contribuição em atos sociais, o quanto isto traz de retorno para a empresa.

Em síntese, os objetivos foram alcançados ao suprirem as questões propostas, pois identificou que as contribuições para o ambiente interno das empresas são identificadas através de aumento na integração entre funcionários, lealdade dos colaboradores, motivação e entre outros. Percebeu-se também que com simples atos ou atitudes pode-se além de extrair resultados positivos para a empresa, beneficia-se uma sociedade e o capital investido não é algo tão exorbitante quando comparado com a receita.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BAGGENTOSS, Salli e DONADONE, Julio. **A Difusão Da Responsabilidade Social: Enfoque No Certificado De Responsabilidade Social De Mato Grosso**. 2009.

BERTONCELLO, Silvio Luiz Tadeu. **A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação**. – Artigo FACOM - nº 17 - 1º semestre de 2007.

BRASIL, Assembleia Legislativa de MT. **Agora Mato Grosso vai reconhecer que sua ação é um exemplo**. Disponível em: <<http://www.al.mt.gov.br/TNX/index2.php?sid=245>> **Acesso em 19/03/2012**

BRASIL, Doyon – Medicina Diagnostica – **Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://www.doyon.com.br/index.php/institucional/responsabilidade-social>> **Acesso em 26/03/2012**.

BRASIL, Fontes, Miguel -2005- **Qual a importância de um selo de responsabilidade social corporativa?**- Disponível em: <[http://www.marketingsocial.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=54:qual-a-importancia-de-um-selo-de-responsabilidade-social-corporativa&catid=29:coluna-do-miguel-fontes&Itemid=5](http://www.marketingsocial.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=54:qual-a-importancia-de-um-selo-de-responsabilidade-social-corporativa&catid=29:coluna-do-miguel-fontes&Itemid=5)> **Acesso em 18/03/2012**

BRASIL, Instituto Ethos de Responsabilidade Social. **Ética e qualidade nas relações**. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/responsabilidade/etica.asp](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/responsabilidade/etica.asp)> **Acesso em 19/03/2012**

BRASIL, Instituto Ethos de empresas e Responsabilidade Social. **O que é responsabilidade social**. Disponível em:

**Fatores de percepção da contribuição dos projetos sociais das organizações de tangará da serra certificadas pelo selo de responsabilidade social da Assembléia Legislativa de MT**

Klécia Pereira de Medeiros

Flávio Amaral Oliveira

---

<[http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx)>. Acesso em 01/05/2012.

BRASIL, Instituto Ethos de empresas e Responsabilidade Social. **Responsabilidade Social no Brasil.** Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/responsabilidade/contexto\\_brasileiro.asp](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/responsabilidade/contexto_brasileiro.asp)>. Acesso em 26/03/2012.

BRASIL, Instituto Pró-Vale – Disponível em: <<http://www.provale.org.br/Projetos>> Acesso em 26/03/2012

BRASIL, Responsabilidade Social.com. **Certificação Sócio-ambiental** - Disponível em <[http://www.responsabilidadesocial.com/institucional/institucional\\_view.php?id=3](http://www.responsabilidadesocial.com/institucional/institucional_view.php?id=3)> [Acesso em 15/03/2012](#)

BRASIL, Sebrae – sc.com, 2003. **Certificações sociais conquistam espaço dos negócios.** – Disponível em: <[http://www.sebraesc.com.br/novos\\_destaquos/oportunidade/default.asp?materia=4965](http://www.sebraesc.com.br/novos_destaquos/oportunidade/default.asp?materia=4965)> Acesso em 18/03/2012

BRASIL, Unimed Vale do Sepotuba, 2012 – **Medicina Preventiva.** – Disponível em: <<http://www.unimedtangara.com.br/home/Unimed/MedicinaPreventiva.aspx>> Acesso em 15/03/2012.

GUILLARDI, Catia Roberta .**Certificação Social: Um estudo sobre os benefícios da norma AS 8000 em empresas certificadas** – 2006. Disponível em [http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado\\_semead/trabalhosPDF/76.pdf](http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/76.pdf)> Acesso em 21/03/2012.

LIMA, Aldecira Nascimento. **O planejamento estratégico como diferencial competitivas organizações** – 2011.

MELO Neto, Francisco Paulo de; FROES, Cesar. **Gestão de Responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** – Rio de Janeiro: Qualitumark Ed., 2001.

MELO NETO, Francisco; FROES , César. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial, Ed. Qualitymark,** 1999.

Pfeiffer, Claudia – **Por que as empresas privadas investem em projetos sociais e urbanos no Rio de Janeiro?** – Rio de Janeiro: Ed. Ágora da Ilha, 2001.

Rodrigues, Débora Pedro - **Motivações que levou a empresa Mc Donald a investir em Responsabilidade Social** – Rio de Janeiro, 2010.

REIS, Carlos Nelson dos. **Responsabilidade social das empresas e balanço social.** – 1ª Ed. – 2ª reimp. – São Paulo: Atlas, 2009.

RODRIGUES, Maria Cecília Prates. **Ação social das empresas privadas: como avaliar resultados?** – 1ª Ed. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

SILVA, Alysso Netto da . **A importância dos projetos sociais** (2009), disponível em: <[http://www.faculdadevertice.com.br/programasocial/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34&catid=4&Itemid=8](http://www.faculdadevertice.com.br/programasocial/index.php?option=com_content&view=article&id=34&catid=4&Itemid=8)>, Acesso em 29/04/2012

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço Social: Uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. – 1ª Ed. – 3ª reimp. – São Paulo: Atlas, 2006.

PONÇONI, Rafaella Manhani e FRANCO, Coelho. **Balço social: Identificação de indicadores socioeconômicos e ambientais de empresas com certificação de responsabilidade social em Mato Grosso**, 2013.

SOUZA, Cleide Gonçalves, OLIVEIRA, Flávio Amaral e SILVA JÚNIOR, Luciênio Rosa. **Análise dos indicadores sociais internos de responsabilidade social das médias e grandes empresas certificadas pela Assembléia Legislativa de Mato Grosso**, 2012.