



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 43/2021 - CENS-IPA/CMPAIPA/IFGOIANO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CURSO

Às vinte horas e dez minutos do dia vinte e nove de junho de 2021, reuniram-se os componentes da banca examinadora em sessão pública realizada por videoconferência *meet google (hangout)* na sala virtual de endereço <https://meet.google.com/vuk-mpyw-iox> gerada pelo Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri, nesta cidade, procedeu-se à defesa do Trabalho de Curso, modalidade de Artigo Científico, conforme estabelecido pelo regulamento desta Instituição, de autoria do(s) acadêmico(s)/(as) FERNANDO LOPES BRAÚNA, ROSEMARY JOSÉ CIRINO, ALINE PEREIRA CRUZ, JUAREZ NASCIMENTO DE MELO, SAMUEL INÁCIO DA SILVA ROCHA, com o tema: **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO**, sob a orientação do Prof^o Rhennan Lazaro de Paulo Lima. Na oportunidade foram convidados os professores Welton Lourenço Calhão de Jesus e Raquel dos Santos Canella, para fazerem parte da Banca Examinadora. Após realizada a apresentação do(a) acadêmico(a), no período estipulado pela banca de 20 minutos, foi aberto espaço para as arguições dos professores convidados e também pelos demais presentes. Em seguida, o docente responsável por presidir a Banca Examinadora solicitou aos presentes que se retirassem. Finalmente, pela média aritmética entre as notas atribuídas pelos 3 (três) docentes participantes, chegou-se a nota final de **9,1** pontos, estando o(s) acadêmico(s) **APROVADOS**, na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso. O resultado dessa disciplina representa parte dos pré-requisitos para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial, pelo Instituto Federal Goiano Campus Avançado Ipameri. A conclusão do curso dar-se-á quando da entrega na secretaria do Curso de Tecnologia em Gestão Comercial do Campus Avançado Ipameri da versão definitiva do Trabalho de Conclusão de Curso, com as devidas correções. Assim sendo, a defesa perderá a validade se não cumprida essa condição, em até 30 (trinta) dias corridos da sua ocorrência. Sendo esta a expressão da verdade, eu Prof^o Ms Rhennan Lazaro de Paulo Lima lavrei a presente Ata, que após lida e achada conforme, vai por todos assinada.

Prof^o. Ms. Rhennan Lazaro de Paulo Lima

(Assinado Eletronicamente)

Prof^o. Ms. Welton Lourenço Calhão de Jesus

(Assinado Eletronicamente)

Prof^o. Esp. Raquel dos Santos Canella



Repositório Institucional do IF Goiano - RIIF Goiano
Sistema Integrado de Bibliotecas

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

Identificação da Produção Técnico-Científica

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Tese | <input type="checkbox"/> Artigo Científico |
| <input type="checkbox"/> Dissertação | <input type="checkbox"/> Capítulo de Livro |
| <input type="checkbox"/> Monografia – Especialização | <input type="checkbox"/> Livro |
| <input type="checkbox"/> TCC - Graduação | <input type="checkbox"/> Trabalho Apresentado em Evento |
| <input type="checkbox"/> Produto Técnico e Educacional - Tipo: _____ | |

Nome Completo do Autor:

Matrícula:

Título do Trabalho:

Restrições de Acesso ao Documento

Documento confidencial: Não Sim, justifique: _____

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: __/__/__

O documento está sujeito a registro de patente? Sim Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? Sim Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O/A referido/a autor/a declara que:

- o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- obteve autorização de quaisquer materiais incluídos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Local _____, Data ____/____/____

Assinatura do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais

Ciente e de acordo:

Assinatura do(a) orientador(a)

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano

Lopes Braúna, Fernando
LB825r RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL: UM
ESTUDO BIBLIOGRÁFICO / Fernando Lopes Braúna;
orientador Rhennan Lázaro de Paulo . -- Ipameri,
2021.
15 p.

TCC (Graduação em Tecnologia e Gestão Comercial) --
Instituto Federal Goiano, Campus Ipameri, 2021.

1. Responsabilidade Social Corporativa. 2. Gestão
de Pessoas. 3. Meio Ambiente. I. , Rhennan Lázaro de
Paulo, orient. II. Título.

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO

BRAÚNA, Fernando Lopes¹
CIRINO, Rosemary José²
CRUZ, Aline Pereira³
LIMA, Rhennan Lazaro de Paulo⁴
MELO, Juarez Nascimento de⁵
ROCHA, Samuel Inácio da Silva⁶

Resumo

O presente trabalho apresenta uma pesquisa bibliográfica que apresentam algumas discussões sobre a Responsabilidade Social Corporativa dentro de um contexto mercadológico envolvendo a comunidade interna e externa, através de ações que visem uma sociedade mais justa e humanitária. A importância de versar sobre a responsabilidade social se deve ao fato de ser um comportamento que as empresas devem adotar em benefício de um mundo melhor para todos, por isso é preciso que se compreendam todas as discussões que versem sobre o assunto. Neste estudo, abordou-se sobre o contexto da gestão de pessoas diante da vertente de ações voltadas para a comunidade interna e externa, por meio da compreensão dos objetivos individuais e organizacionais. Para realizar o estudo, foram acessados artigos, livros, monografias e dissertações sobre o tema, que fundamentaram a proposta de intervenção para as organizações praticarem a RSC. Concluiu-se a relevância deste tema para o alcance dos resultados e para os impactos na comunidade em que as empresas fazem parte.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa; Gestão de Pessoas; Meio Ambiente.

Abstract

The present research proposed the bibliographic research referring to the discussions on Corporate Social Responsibility within a market context involving the internal and external community, through actions aimed at a more just and humanitarian society. The importance given to social responsibility needs to be a behavior in which companies must adopt in order to benefit a better world for all, so it is necessary to understand all the discussions that deal with the subject. This study addresses the context of people management in the face of actions aimed at the internal and external community through an understanding of individual and organizational objectives. In order to carry out the study, articles, books, monographs and dissertations on the topic were accessed and the present study presented intervention proposals for organizations to practice CSR. community in which companies are a part.

Keywords: Corporate Social Responsibility; People management; Environment.

¹ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri. E-mail: fbrauna271@gmail.com.

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri. E-mail: malu.abx@gmail.com.

³ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri. E-mail: alinepcruz91@gmail.com.

⁴ Orientador, Mestre em Educação (UFRRJ), Bacharel em Administração (FAI) e Professor no Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri. E-mail: rhennan.lazaro@ifgoiano.edu.br.

⁵ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri. E-mail: juarezndemelo@hotmail.com.

⁶ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri. E-mail: inaciosamuel774@gmail.com.

1 Introdução

A discussão sobre a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) está cada vez mais presente nas organizações, pois se espera que todas as organizações adotem uma postura que resguarde sua comunidade interna e externa, além de uma postura mais responsável que garanta, a médio e a longo prazo, melhores condições de vida da sociedade. Neste sentido, a RSC em todas as suas dimensões se torna uma tendência global.

Essa preocupação no âmbito social precisa estar entre as pautas das decisões/planejamentos estratégicos de todas as organizações, sejam elas pequenas, médias ou grandes. Felizmente, tem-se detectado uma preocupação para a prática de ações voltadas a suprir falhas na comunidade amparadas no conceito de sustentabilidade, o que faz com que várias empresas adotem posturas que contribuam para o bem social. Foi com essa perspectiva, sendo o desenvolvimento esta pesquisa voltada para as ações fundamentadas na responsabilidade social, desenvolvida como trabalho de conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do IF Goiano, Campus Avançado Ipameri.

A pesquisa apresentou como objetivo geral “investigar a importância das ações voltadas a Responsabilidade Social Corporativa para o desenvolvimento da comunidade interna e externa”. Para isso, foi necessário antes alçar os objetivos específicos: (a) compreender a importância da Responsabilidade Social Corporativa para as organizações; (b) apresentar exemplos de ações a serem desenvolvidas pelas empresas em benefício da comunidade; e (c) disseminar pesquisas que tenham a preocupação com a prática da responsabilidade social.

Para mostrar os resultados, o artigo foi dividido em: (a) referencial teórico, onde se apresenta as abordagens conceituais e relevantes sobre o tema, trazendo definições, aplicações e importância da RSC. Faz-se, ainda, menções as questões referentes a gestão de pessoas e qualidade de vida no trabalho, tendo em vista a aplicação da RSC na comunidade interna; (b) metodologia, descrevendo os aspectos qualitativos e exploratórios usados na pesquisa; (c) discussões, onde são apresentadas as possibilidades de ações a serem desenvolvidas pelas organizações e seus respectivos desafios; e, por fim, (d) considerações obtidas, descrevendo sucintamente como foi o desenvolvimento desta pesquisa e sua validade.

2 Referencial teórico

Vivemos em uma sociedade onde compartilhamos os recursos materiais explorados de nosso meio ambiente e o conjunto de valores humanos, com isso nos tornamos responsáveis

por nossas ações e, principalmente, porvindouras consequências. Neste sentido, tudo que uma pessoa, física ou jurídica, fizer para tornar o mundo melhor corrobora para a Responsabilidade Social. Segundo Eon (2015, s./p.), a Responsabilidade Social não deve ser confundida com as ações de filantropia, pois são ações desenvolvidas de forma a mudar o comportamento das pessoas por meio de projetos que visem provocar impactos a médio e longo prazos. Nesse campo de visão, ao tratar sobre a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), observam-se os benefícios para a coletividade, sejam para os públicos internos, como os funcionários, ou para os públicos externos, como a comunidade.

2.1 O que é Responsabilidade Social?

Primeiramente, a Responsabilidade Social é praticada através do compromisso de pessoas físicas ou jurídicas, com fundamento em seus valores, em benefício da sociedade. Sendo assim, a Responsabilidade Social pode ser definida rapidamente como a atenção que é destinada a sua comunidade. Ademais, ser responsável é ser solidário, mas para isso é preciso se pautar em valores que colaboram, direta ou indiretamente, com o convívio em sociedade.

Neste contexto, destaca-se o papel das organizações, pois a RSC é o termo mais apropriado diante a representatividade econômica e social que elas representam. De acordo com Vassalo (2000 *apud* SCHROEDER; SCHROEDER, 2004, p. 05), a “[...] responsabilidade social estabelece de maneira obsessiva uma transformação no modo das empresas conduzirem seus negócios. No Brasil, essa transformação se deve ao fato dos problemas estruturais como fome, violência, doenças, carência de educação formal”. Tais problemas impactam no desenvolvimento da região, por isso é preciso buscar, a médio e a longo prazo, sanar esses problemas.

Do ponto de vista empresarial, a RSC apresenta respostas positivas ao ambiente interno e externo, pois os colaboradores e a comunidade, beneficiam-se dos resultados obtidos e colaboram com o crescimento da empresa, economicamente e socialmente. Segundo Barbosa (2001 *apud* SCHROEDER; SCHROEDER, 2004, p. 06), as empresas têm adotado uma postura autossuficiente, devido a compreensão de que essas organizações representam para o mundo contemporâneo.

Gomes (2007, p. 179-180) revelou que a Responsabilidade Social no contexto empresarial vai muito além das obrigações legais que lhe são impostas, pois os benefícios da elaboração de ações, seja para o público interno ou externo, são essenciais para a estratégia da

empresa, por meio da prática da RSC. Assim, incorporar critérios da RSC na gestão revelam as políticas de inclusão social. Deste modo, pode-se observar que o planejamento estratégico das organizações deve estar alinhado com a RSC.

Posto as ações individuais, ter Responsabilidade Social significa eliminar o comportamento desonesto, irresponsável ou antiético, tendo em vista os prejuízos para a comunidade a médio e a longo prazo. Essas ações errôneas também colocam em risco o meio ambiente, por isso as pessoas devem ser responsáveis pelas suas ações e, principalmente, as empresas, uma vez que colocam em pauta a exploração dos recursos necessários para a sua produção e o poder econômico que elas detêm.

Neste contexto, a Responsabilidade Social, por iniciativa individual, é essencial para que ocorra a RSC, pois as empresas são compostas por indivíduos que, acreditados, determinam a cultura organizacional e, por meio de projetos ligados a RSC, transformam a realidade da comunidade. A RSC não se aplica apenas às grandes empresas, porque podem acontecer em todas as empresas, sejam elas grandes, médias ou pequenas. Ser socialmente responsável significa que as pessoas e as organizações devem se comportar eticamente e com sensibilidade em relação a questões sociais, culturais, econômicas e ambientais.

Conforme Melo Neto e Froes (2001 *apud* DOMINGOS, 2007, p. 88):

[...] o agravamento dos problemas sociais e ambientais no mundo globalizado tem gerado uma mudança de postura no meio empresarial. Até poucas décadas atrás, as grandes corporações se preocupavam em oferecer serviços e produtos a seus clientes. Seus acionistas faziam filantropia de forma individual, elegendo ações sociais e alocando recursos de forma pontual e isolada. (MELO NETO; FROES, 2001 *apud* DOMINGOS, 2007, p. 88).

De forma clara, os autores destacam que a postura das organizações diante a RSC tem implicado diretamente na gestão, tendo em vista melhores resultados por meio de projetos que visem a melhoria da vida das pessoas e da responsabilidade da empresa perante sua comunidade. De acordo com Dias (2012 *apud* SANTOS; WEBER, 2020, p. 256), diante a compreensão do termo “muitas são as terminologias utilizadas para identificar a Responsabilidade Social e entre as mais usadas estão Responsabilidade Social Empresarial, Responsabilidade Social Corporativa, Responsabilidade Corporativa, Cidadania Corporativa e Responsabilidade Social”. Contudo, nesta pesquisa adotou-se a terminologia Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

2.2 A importância da Responsabilidade Social Corporativa

A importância da RSC reside no comportamento adotado pelas empresas diante suas ações pautadas em um posicionamento ético em benefício da sociedade. As empresas, sejam elas pequenas, médias ou grandes, precisam adotar esse comportamento visando o bem-estar da comunidade e, conseqüentemente, possibilitando impactos positivos para além de suas extensões geográficas. As empresas precisam desenvolver ações que possam contribuir para uma sociedade mais justa e para a preservação do meio ambiente. Segundo Santos, Prado e Pereira (2016, p. 109), "O Estado deveria ser o maior provedor da comunidade, no entanto, todos os seus serviços são precários e por vezes inexistentes, cobrando das organizações particulares atitudes que deveriam ser suas", o que justifica as discussões referente a RSC.

Segundo Paixão, Quintella e Nogueira (2011, p. 03),

[...] percebe-se a importância do papel da Responsabilidade Social Corporativa na organização moderna, onde busca-se que o crescimento e o desenvolvimento das organizações seja acompanhado de forma ética e transparente com todos os stakeholders envolvidos no processo.

A competitividade, presente no sistema capitalista, exerce grande influência para esse comportamento. Ashley (2002, p. 50) destaca que "Envolvem uma série de normas, padrões ou expectativas de comportamento para atender o que os diversos públicos (*stakeholders*) com as quais a empresa se relacionam e consideram legítimo, correto, justo ou de acordo com os seus direitos morais ou expectativas". Com isso, esse comportamento é justificado pela importância da RSC, tanto para as empresas como para seus beneficiários.

As empresas devem estar atentas a respeito dessa importância da RSC e, principalmente, as tomadas de decisão devem estar alinhadas as necessidades apresentadas pela comunidade interna e externa. Em uma sociedade composta por organizações preocupadas com o impacto de suas ações, por meio de projetos voltados a atender as demandas de sua comunidade, colabora com um mundo mais justo, sustentável e, conseqüentemente, um mundo melhor. Portanto, as empresas precisam ter a noção dos impactos causados por suas condutas e dos benefícios para todos.

2.3 Dimensões da Responsabilidade Social Corporativa

Percebe-se as dimensões deste tema a partir do Modelo Piramidal da Responsabilidade Social Corporativa apresentado por Archie B. Carroll, também conhecido como Pirâmide de Carroll, em que envolve as dimensões: econômica, legal, ética e filantrópica.

A visão estrutural de Carroll explicita que os negócios têm responsabilidade econômica para com seus acionistas, mas apresenta uma visão mais ampliada do conjunto das responsabilidades empresárias sugerindo uma hierarquização da responsabilidade social empresarial de acordo com as dimensões: econômica, legal, ética e filantrópica. Nesse modelo cada dimensão da RSE pode ser examinada em relação aos stakeholders da organização (CAVALCANTI; FALK, 2007, p. 02).

Tais dimensões abordam as operações de uma organização atenta aos seus grupos de interesses, que estão constituídas em sua forma piramidal onde seguem, da base ao topo, a seguinte ordem: econômica, legal, ética e filantrópica. Carroll (1979 *apud* FREIRE; SOUZA, 2010, p. 02) sugere que a RSC pode ser entendida como “a expansão do papel empresarial além de seu escopo econômico e de suas obrigações legais”. Com isso, percebe-se que a base da pirâmide é sustentada pela lucratividade que suporta as demais.

Os autores Freire e Souza (2010, p. 05), quanto a responsabilidade legal, revelam-nos que: “Esta dimensão inclui regras, expressas por leis e regulamentos em suas várias instâncias Federal, Estadual e Municipal, sob as quais se espera que a empresa desempenhe sua função econômica, atendendo as expectativas sociais”. Os autores complementam referenciando Wood (1991 *apud* FREIRE; SOUZA, 2010, p. 12) quando “explica que responsabilidade social não se trata de um único processo e sim de uma soma desses processos”, sob nova abordagem para avaliar os resultados do desempenho social. Desta forma, observa-se que a RSC é um conjunto de ações equilibradas e sintonizadas aos interesses dos grupos e de interesses das organizações, que aproxima a empresa e a sociedade.

A ideia de ser uma empresa comprometida com valores éticos e promover um desenvolvimento pautado por ações que gerem benefícios a toda uma sociedade vem sendo adotada por muitas organizações que compreendem que tal postura agrega valor à sua marca e os coloca no meio social como um elo entre empresa, indivíduos e governo (SANTOS; PRADO; PEREIRA, 2016, p. 108).

Esse elo possibilita o desenvolvimento de projetos voltados para as necessidades regionais e que potencializam as atividades, constituindo parceiros, empresas, indivíduos e governo, pois não deve ser interpretado em sua totalidade, uma vez que a RSC não é resultado da falha do Estado, mas, sim, a complementação para o bem-estar de todos. Neste sentido, abordar as dimensões da responsabilidade social corporativa envolve uma preocupação com

todos os grupos de interesse (stakeholders) em busca de resultados melhores. As dimensões apontadas por Carrol são explicadas a seguir por Bastos e Lima (2016):

A responsabilidade econômica refere-se aos resultados da empresa e é a base sobre a qual todas as demais se sustentam. Além disso, ela consiste na oferta de produtos e serviços aos consumidores, número de empregos gerados e retorno do investimento feito em estrutura física e de produção, divulgação da empresa e recompensas salariais. Já a responsabilidade legal implica as ações de obedecer às leis (federais, estaduais e municipais), cumprir obrigações trabalhistas e preservar a integridade física dos stakeholders, ações essas que representam a codificação do que a sociedade estabelece como certo e errado. Por outro lado, a responsabilidade ética de uma organização diz respeito à obrigação de realizar o que é certo, justo e razoável. Tem relação como o fato de a organização possuir e praticar um código de ética, preservar a integridade moral dos atores envolvidos, promover acesso às minorias e respeitar a individualidade e a particularidade dos stakeholders. Enfim, a dimensão da responsabilidade discricionária ou filantrópica, a qual geralmente é confundida com caridade, tem a ver como o fato de a empresa ser uma empresa cidadã, contribuir com recursos para a sociedade e melhorar a qualidade de vida da população. Está relacionada à promoção de ações de cunho social, as quais proporcionam o bem-estar social e qualidade de vida aos stakeholders, além de incentivar o voluntariado. (BASTOS; LIMA, 2016, p. 20).

A RSC pode ser definida como um conjunto de ações comprometidas em desenvolver um comportamento ético em que, conforme define as dimensões de Carrol, solidificam as atividades de uma empresa e fortalecem as relações entre a comunidade interna e externa às empresas e, principalmente, sob o ponto de vista mercadológico, o que colabora com o crescimento da organização, conforme se vê mais adiante, uma vez que as pessoas e as empresas têm seus objetivos; e o ajuste entre ambos os “jogadores” colaboram com os resultados.

2.4 RSC e a Gestão de Pessoas

Inclui-se nesta discussão o gerenciamento de pessoas, mesmo que a RSC esteja voltada em um sentido amplo em relação a seus grupos de interesse, debatem-se com a terminologia adotada uma preocupação com a comunidade interna, ou seja, os funcionários, pois a gestão de pessoas é caracterizada pelas técnicas que visam desenvolver o capital intelectual das organizações. Neste sentido, Chiavenato (2014, p. 6) nos explica que

[...] para mobilizar, engajar e utilizar plenamente as pessoas em suas atividades, as organizações estão mudando conceitos e alterando as práticas gerenciais, em vez de investir diretamente em produtos, serviços, estão investindo em pessoas que atendem destes e que sabem como cria-los, desenvolvê-lo, produzi-los, e melhorá-los, em vez de investir diretamente nos clientes, estão investindo nas pessoas que atendam e os sirvam e que saibam como satisfazê-los e encantá-los, ganham mais com isso, as

peças passam a contribuir para o elemento básico do sucesso profissional (CHIAVENATO, 2014, p. 06).

Os colaboradores são vistos como detentores de habilidades e competências, uma vez que contribuem para os resultados da organização. Por conta disso, a Gestão de Pessoas (GP) apresenta uma nova postura, pois as pessoas passaram a ser vistas como seres humanos, e não apenas como mão de obra, uma vez que as organizações jamais existiriam sem as pessoas, pois são elas que dão vida.

Fazem parte das atividades de GP: descrição e análise do cargo, planejamento do RH, recrutamento, seleção, orientação, avaliação do desempenho, remuneração, treinamento e desenvolvimento, relações sindicais, segurança, saúde, entre outras, que devem estar alinhadas aos objetivos de todos os envolvidos para que, por meio de projetos relativos a RSC, sejam alcançados os resultados.

2.4.1 Objetivos Organizacionais e Individuais

Para que as empresas possam obter melhores resultados é necessário dar atenção a gestão de pessoas, por conta disso há a necessidade de se compreender os objetivos individuais e organizacionais para alcançar o sucesso que se almeja. É importante correlacionar os objetivos individuais com os objetivos da empresa, para isso é preciso que a empresa tenha conhecimento do que os funcionários esperam da instituição, de forma que essa relação tenha bons frutos a médio e a longo prazo.

Tendo em vista a compreensão de tais objetivos, Chiavenato (1999, p. 05) explica quais são os objetivos organizacionais e individuais: (a) organizacionais: vendas, lucros, desenvolvimentos, visão de mercado, crescimento da marca, fidelização dos clientes etc.; e (b) individuais: aumento de salário, qualidade de vida, incentivo, cursos profissionalizantes, promoções, bônus etc.

Os objetivos apresentados representam os anseios que cada lado, empregado e empregador, diante da continuidade nas relações de trabalho. Compreender tais objetivos e buscar alinhar os objetivos individuais com os organizacionais são essenciais para os resultados, mas para que o alinhamento seja ajustado é necessário recorrer a GP. Pensar na RSC em alinhamento com as atividades da GP possibilita ações orientadas para atingir esses objetivos. Como dito, as ações desenvolvidas pelas organizações voltadas para a comunidade interna

expressam uma preocupação com as necessidades apresentadas pelos colaboradores e atenção aos objetivos.

2.4.2 Qualidade de Vida no Trabalho

A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) é inerente as operações das empresas e de seus colaboradores, pois ambos ganham com os resultados. As empresas compreenderam que colaboradores mais felizes produzem mais e melhor, por conta disso o cuidado com a qualidade de vida faz parte das decisões no ambiente corporativo. Os setores de Recursos Humanos precisam estar atentos a determinados conceitos, como o de QVT, que de acordo com Chiavenato (2014, p. 419) é

[...] um conjunto de ações de uma empresa envolvendo diagnósticos e estruturas dentro e fora do ambiente do trabalho, visando apropriar condições plenas de desenvolvimento humano para e durante a realização ao trabalho. QVT representa a percepção do indivíduo sobre sua posição na vida, no contexto cultural, sistema de valores em que vive e em relação com objetivos, expectativas, padrões e conceitos. Trata-se de um conceito amplo que induza saúde física, estado psicológico, crenças pessoais, relações sociais e suas relações com o ambiente (CHIAVENATO, 2014, p. 419).

Lima (2020, p. 26) completa destacando que

A discussão sobre QV envolve o posicionamento dos indivíduos diante a diversos elementos da vida humana e é considerada a partir da percepção de fatores que contribuem com o seu bem-estar físico, mental e espiritual, pois esses fatores são importantes diante a configuração da vida em sociedade (LIMA, 2020, p. 16).

Neste sentido, percebe-se uma preocupação no âmbito corporativo, com a QVT a partir do bem-estar físico, psicológico e espiritual, pois a compreensão sobre a qualidade de vida é complexa, uma vez que envolve aspectos econômicos e sociais. Por exemplo, mesmo que um ser individual trabalhe numa carga horária menor, seu rendimento é bem maior, pois ao se relacionar com maior frequência com a família e/ou com amigos, possibilita-o ter bons relacionamentos com os colegas de trabalho, melhores hábitos alimentares, entre inúmeras outras vantagens que contribuem para o seu bom desempenho na empresa.

Sbcoaching (s./d.) destaca oito fatores que determinam a QVT, conforme expostos no quadro número 1, intitulado “Fatores determinantes para a Qualidade de Vida no Trabalho”.

Quadro 1 – Fatores determinantes para a Qualidade de Vida no Trabalho

Fatores	Definições
Satisfação com o trabalho	Para que o colaborador tenha melhor performance ele precisa estar em uma função que goste de executar. Espere ter um profissional motivado se o seu perfil for criativo se as tarefas que ele precisa executar forem repetitivas.
Oportunidade de carreira	As empresas que oferecem oportunidade prospecção de futuro têm funcionários mais motivados, pois sabem que há chances de evoluir em sua carreira e, por isso, vale a pena se esforçar.
Remuneração salarial	Embora este não seja o único fator determinante para a satisfação de um colaborador, o salário é um dos principais requisitos para que o profissional se sinta realizado em seu trabalho.
Benefícios	Além da remuneração salarial, os benefícios são requisitos primordiais para manter a satisfação com a empresa. Os benefícios podem variar entre planos de vantagens a prêmios e bônus financeiros.
Relações interpessoais	Os bons relacionamentos influenciam no bem-estar dos funcionários e na harmonia do clima organizacional. É muito importante instituir dinâmicas e a boa integração das equipes para evitar conflitos, a fim de diminuir desgastes.
Saúde física e psicológica	Assim como ambientes insalubres prejudicam a saúde do colaborador, ambientes onde o profissional vive a todo tempo sob pressão e estressado também são prejudiciais à saúde psíquica do colaborador.
Autonomia no trabalho	Empresas que permitem que o profissional expresse sua opinião e dão autonomia sobre suas atividades, têm profissionais mais motivados e produtivos. Isso porque eles se sentem mais responsáveis pelos resultados da empresa.
Participação ativa	Quando o profissional não se engaja com a equipe, ele fica à margem do processo da empresa, sendo subutilizado, o que acaba por desmotivar o colaborador que sente incapaz e insatisfeito.

Fonte: Adaptado de Sbcoaching (s./d.).

Revisando as observações pontuadas sobre a QVT, percebe-se que é um tema relevante no contexto mercadológico, pois possibilita que as organizações preocupadas com essas questões possam ter resultados ainda melhores, quando se alinham aos objetivos individuais e organizacionais.

3 Metodologia

O método utilizado foi a pesquisa qualitativa e exploratória, que, segundo Gil (2002, p. 41), “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”. Neste sentido, o trabalho envolveu estudos referentes ao tema abordado a fim de cumprir com seus objetivos propostos e com a exploração da temática no âmbito acadêmico.

Quanto aos procedimentos adotados, a pesquisa apresenta a característica de pesquisa bibliográfica, pois fez uso de fontes em livros, revistas e artigos científicos. Segundo Gil (2002,

p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, que foram arrolados de plataformas de divulgação científica, como o Google Acadêmico, o ERA-Eletrônica, as Monografias e Trabalhos de Conclusão (TC) disponíveis no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF), a Plataforma Scientific Electronic Library Online (SciELO) e a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

4 Discussão

A RSC precisa ser discutida nas pautas das reuniões diretivas das organizações. Trata-se de um tema que deve ser de preocupação de todos, pois se refere a oferta e preservação de temas relevantes para a comunidade interna e externa. Segundo Santos, Prado e Pereira (2016, p. 108), “A ideia de ser uma empresa comprometida com valores éticos e promover um desenvolvimento pautado por ações que gerem benefícios a toda uma sociedade vem sendo adotada por muitas organizações [...]”. Essa preocupação é representada por meio das ações desenvolvidas pelas organizações em benefício da comunidade.

O interesse nesse comportamento ético deveria ser algo consensual, mas, infelizmente, não são todas as organizações que estão partidárias a gastar os seus recursos para aderir essa prática. Com isso, considera-se que a legislação deveria normatizar que todas as empresas praticassem a RSC. Esses foram um dos principais motivos que nos fizeram optar por versar sobre esse assunto, que objetivou além a investigar mais sobre a RSC, visou também contribuir para o aumento de discussões sobre o assunto. Nos tópicos a seguir desacatamos exemplos de ações que podem ser desenvolvidas pelas organizações e os desafios para a prática da RSC.

4.1 Propostas de ações voltadas a RSC

Para as empresas aplicarem a responsabilidade social, deve-se adotar algumas medidas na organização, como reduzir o impacto ambiental, educar o público alvo, criar líderes ambientais, usar produtos naturais e alinhar os movimentos sociais ao negócio, isso porque ao investir socialmente na educação e na formação de mão de obra capacitada, a empresa recebe de volta profissionais mais qualificados para atender as demandas específicas da organização. Um projeto de responsabilidade social só traz consequências positivas para a sociedade e para a empresa se forem realizados de forma legítima, que geralmente envolve a busca de novas

oportunidades como uma maneira de responder as demandas ambientais, sociais e econômicas do mercado.

As ações devem ocorrer primeiramente com os colaboradores envolvendo investimento em saúde, segurança, educação e integração, que ajudarão a conscientizar para posteriores ações que visem a transformação da sociedade de forma mais responsável e sustentável e, conseqüentemente, ética e transparência em seus negócios. Neste sentido, deve-se compreender ações que causam impactos positivos na sociedade, no meio ambiente e no futuro das empresas. Essas ações impactam na fidelização dos clientes que se preocupam como as empresas colaboram para uma sociedade mais engajada em benefício de um mundo mais social e humanitário para todos.

As empresas visam à responsabilidade social junto aos seus colaboradores e devem dar liberdade para que criem ações/projetos para melhorar não só o ambiente onde trabalham, mas também a sociedade, pois é necessário conscientizar o quão é importante fazer o bem para os outros. Com isso, são beneficiados com incentivos na educação e carreira sempre levando em consideração que são seres humanos, ou seja, todos ganham. Nesta abordagem, as organizações podem elaborar estratégias que ajudam a melhorar a atuação de cada colaborador, de forma organizada, consciente e econômica que colaborem com a sustentabilidade do nosso planeta. Ações essas que vêm crescendo e diminuindo o impacto ambiental.

Deve-se formar líderes com o compromisso em criar projetos que geram educação, saúde e lazer para comunidade através de doações a instituições carentes, ONGs e práticas e atividades físicas. Pode-se incluir ações, como reciclagem de lixo, reaproveitamento de água e reflorestamento, pois todas essas trazem benefícios para a sociedade e ajudam a preservar o meio ambiente. Concomitantemente, também aumenta a credibilidade da empresa. A Responsabilidade Social é dever de todos.

4.2 Desafios e possibilidades

As barreiras para a prática de ações voltadas para a RSC envolvem a dedicação com as propostas e o recurso financeiro necessário para desenvolvimento das atividades, mas o que justifica prática da RSC e seus benefícios para a comunidade é a iniciativa das organizações que acreditam no potencial a ser desenvolvido, que pode ser observado nos resultados da região e os seus respectivos impactos sociais proporcionados por essas ações. Caso haja falta de recursos, pode-se buscar parceiros que primam pela mesma motivação, para, desta forma,

potencializar ainda mais os resultados. De acordo com Freire e Souza (2010, p. 13), “o comportamento dos executivos deve estar de acordo com as condições econômica, legal e ética da empresa”, por isso é essencial a iniciativa da organização diante a prática da RSC.

5 Considerações finais

Com o levantamento das informações referentes a Responsabilidade Social Corporativa e com a construção dos objetivos propostas na pesquisa, conclui-se que tais objetivos foram alcançados, pois a importância das ações voltadas a Responsabilidade Social Corporativa para o desenvolvimento da comunidade interna e externa é apresentada no referencial teórico por meio das aplicações e dimensões que a RSC possibilita. Com isso, é inquestionável a importância da RSC para as operações das empresas e as ações apresentadas são viáveis aos diversos tipos de negócios em que nosso país apresenta.

As ações que foram apresentadas neste estudo demonstram que a iniciativa das organizações em prol de uma sociedade mais justa não elimina a responsabilidade do Estado, assim como não crítica o alcance do serviço público, mas acredita que possam contribuir para que os objetivos comuns da sociedade sejam alcançados e que a desigualdade não seja um problema social desamparado por aqueles que detêm de poder econômico e, principalmente, para que a exploração dos nossos recursos naturais sejam conscientes.

Ademais, os textos aqui mencionados, apoiados de livros, artigos científicos, monografias e dissertações, proporcionaram-nos o aumento do conhecimento sobre o assunto, que, com certeza, fundamentarão porvindouras condutas no trabalho relativo à gestão e negócios, além de ter contribuído com a disseminação sobre a importância da RSC.

6 Referências

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

BASTOS, Fernando Clemente Cunha; LIMA, Cristhiane Martins. Evolução da Responsabilidade Social Corporativa: proposta para repensar o modelo para aplicação em universidades. In: COLOQUIO INTERNACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITARIA, XVI, 2016, Arquipa. **Anais...** Arquipa: CIGU, 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/78553135.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021.

CAVALCANTI, Mônica Monteiro Liausu; FALK, James Anthony. Dimensões e Características da Responsabilidade Social em Pernambuco. In: ENCONTRO DA ANPAD,

XXXI, Rio de Janeiro, 2007. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS-C1604.pdf>. Acesso em: 10 maio 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Os novos desafios da gestão de pessoas**. Barueri: Manole, 2014.

DOMINGOS, Maria de Lurdes Costa. Responsabilidade Social nas Organizações de Trabalho: Benevolência ou Culpa? **Psicologia Ciência e Profissão**, Brasília, v. 27, n. 1, p. 80-93, 2007.

EON, Fábio. **O que é responsabilidade social?**. 2015. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/entrevista/fabio-eon/>. Acesso em: 15 maio 2021.

FREIRE, Robson; SOUZA, Maria José Barbosa de. Responsabilidade Social Corporativa: Um Enfoque a Partir dos Principais Modelos Teóricos. In: CONGRESSO NACIONAL EM EXCELÊNCIA EM GESTÃO, VI, Niterói, 2010. **Anais...** Niterói: UERJ, 2010. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T10_0261_1298_4.pdf. Acesso em: 15 maio 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Adriano; MORETTI, Sérgio. **A responsabilidade e o social: uma discussão sobre o papel das empresas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

LIMA, Rhennan Lazaro de Paulo. Satisfação dos Egressos dos Cursos Técnicos do IF Goiano – Campus Avançado Ipameri em Relação ao Mercado de Trabalho. 78 f. 2020. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2020. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1IMN_XQhtMkPBZ1ZGR42Q2wjP9Y5X7CZJ/view. Acesso em: 16 maio 2021.

PAIXÃO, Carlos Henrique Oliveira e Silva; QUINTELLA, Heitor Luiz Murat de Meirelles; NOGUEIRA, José Geraldo. A Importância da Responsabilidade Social como Comportamento Empresarial Moderno, na Relação com o Stakeholder Comunidade. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, VII, Niterói, 2011. **Anais...** Niterói: UERJ, 2011. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T11_0374_2081.pdf. Acesso em: 10 maio 2021.

SANTOS, Gilberto Friedenreich dos; WEBER, Arlete Longhi. Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social empresarial uma análise entre a teoria e a prática. **Revista Desenvolvimento em Questão**, Unijuí, ano 18, n. 51, p. 247-267, abr./jun. 2020. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/8798>. Acesso em: 10 maio 2021.

SANTOS, Patrícia Sinara Gomes; PRADO, Aline Araújo; PEREIRA, Gardênia Teresa Jardim. **Gestão, Ética e Responsabilidade Social: desafios de uma organização de Vitória da**

Conquista-BA. **Revista Diálogos Interdisciplinares**, Aquidauana, v. 5 n. 1, p. 104-122, 2016.

SBCOACHING. **Qualidade de Vida no Trabalho**: o que é e como conquistar definitivamente. s./d. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/qualidade-de-vida-no-trabalho-o-que-e-e-como-conquistar-definitivamente/>. Acesso em: 16 maio 2021.

SCHROEDER, Jocimari Tres; SCHROEDER, Ivanir. Responsabilidade Social Corporativa: limites e possibilidades. **RAE-eletrônica**, São Paulo, v. 3, n. 1, jan./jun. 2004. Disponível em: https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S1676-56482004000100002.pdf. Acesso em: 20 abr. 2021.