



IV SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR SOCIALMENTE RESPONSÁVEL: AÇÕES SOCIAIS E SEUS IMPACTOS NA POPULAÇÃO DO MUNICÍPIO DE GETÚLIO VARGAS/RS

EDUARDO SCHORR

IDEAU – Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai.
eduardo@ideau.com.br

DENISE MICHAEL DOS SANTOS

IDEAU – Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai.
denise@ideau.com.br

FLÁVIO CARLOS BARRO

IDEAU – Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai.
flavio@ideau.com.br



INSTITUIÇÃO DE ENSINO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL: AÇÕES SOCIAIS E SEUS IMPACTOS NA POPULAÇÃO DO MUNICÍPIO DE GETÚLIO VARGAS/RS

Resumo

O presente Relato Técnico (RT) teve como objetivo evidenciar os impactos das ações sociais desenvolvidas por uma Instituição de Ensino Superior instalada no município de Getúlio Vargas por meio da opinião de sua população. Para isto foi desenvolvida uma pesquisa de opinião com 2,5% da população deste município, representando cerca de 400 entrevistados. Trata-se de um estudo de caso com abordagem quantitativa. A pesquisa foi realizada pelo Curso de Administração da Instituição em questão objetivando ainda fornecer subsídios para a sua gestão social. A pesquisa foi aplicada durante 2 meses, de forma aleatória e o perfil dos entrevistados foram funcionários, gestores das empresas do município e munícipes com idade acima de 18 anos. Tendo como base a análise de resultados, foi possível constatar que a pesquisa foi muito importante trazendo resultados significativos para a Instituição, uma vez que evidenciou que grande parte das ações sociais teve o reconhecimento efetivo por parte dos entrevistados além da definição de quais ações sociais que devem ser priorizados pela Instituição no futuro. Revelou ainda que a população considera a IDEAU uma Instituição de Ensino Superior Socialmente Responsável.

Palavras-chave: Instituição de Ensino; Opinião; Responsabilidade Social; Ações Sociais; Gestão.

Abstract

This Technical Report (TR) aimed to highlight the effects of social actions developed by a higher education institution installed in the municipality of Getúlio Vargas through the opinion of its population. For this purpose a survey 2.5% of the population of this municipality has been developed, representing about 400 respondents. This research was conducted by the institution's management course in question still aiming to provide subsidies to the institution for social management. The survey was conducted during two months, randomly and the profile of respondents were employees, managers of township enterprises and citizens over the age of 18 years. Based on the analysis results, it was found that the research was very important significant results for the institution, since it showed that many of the social actions had the effective recognition of the interviewees and the definition of what social actions should be prioritized by the institution in the future. The survey revealed that the population considers IDEAU a Higher Education Institution socially responsible.

Keywords: Educational institution; opinion; Social Responsibility; Social action; Management.



1 Introdução

Em setembro de 2004 o Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai – IDEAU passou a fazer parte do município de Getúlio Vargas e dos demais que compõem a promissora região do Alto Uruguai Gaúcho. Por acreditar na importância de um aprendizado de forma continuada que a Faculdade IDEAU começou sua história no ano de 2004 para a implantação de uma Instituição de Ensino Superior que impacta social e culturalmente na região. Proporcionar por meio do ensino teórico um aprendizado também prático, colocando no mercado de trabalho profissionais capazes de empreender com criatividade e responsabilidade é sua missão. Consolidar-se como uma instituição referenciada pela excelência no ensino, contribuindo para o processo de desenvolvimento e crescimento da região com responsabilidade social é destaque na sua visão.

A Faculdade é uma Instituição de Ensino Superior particular, de porte médio, voltada ao ensino, à pesquisa e à extensão, tendo como objetivo a formação de pessoas, por meio do ensino de qualidade, possibilitando a estas que desenvolvam o saber agir, mobilizar recursos, integrar saberes múltiplos e complexos, saber aprender, saber engajar-se, assumir responsabilidades, ter visão estratégica, responsabilidade social, no intuito que estas competências adquiridas devam agregar valor econômico para a organização a qual o ser estará atuando e valor social para indivíduo. Fica evidente na missão da Instituição seu cunho social e mediante isso dentre as quase trinta **ações sociais** instituídas até o momento deste estudo, destacam-se algumas como “Projeto Saúde”, “Aulas Magnas”, “Informática para a melhor idade”, “Capacitações”, “Carreira IDEAU”, “Campanha do Agasalho”, “Natal Solidário”, “Bolsas de Estudos”, “Doação de Sangue”, “Participação social em feiras dos municípios”, “Páscoa feliz”, “Campanhas ambientais”, “Palestras gratuitas”, “Semana da SIPAT” dentre outros que consolidam a missão social da Instituição.

Resultados das avaliações desenvolvidas pela ISO 9001, pela Comissão Própria de Avaliação – CPA, realizadas semestralmente na Instituição e também pelas reuniões de Coordenações de Curso, responsáveis de setor, Conselho Superior, apontavam diversas inquietações com relação, por exemplo, a que tipo de impactos as ações sociais da Instituição estavam tendo na comunidade acadêmica, mas em especial na população de Getúlio Vargas. Estas inquietações estavam ligadas especificamente a verdadeira essência da missão da Instituição bem como os resultados de cada ação social desenvolvida, se efetivamente estavam atingindo os objetivos propostos, visto tamanha complexidade e responsabilidade de cada projeto, pois normalmente há o envolvimento de milhares de pessoas. Ainda neste sentido, verificar efetivamente qual o entendimento que a população tinha com relação as ações sociais citadas, com relação ao tema da pesquisa e também sobre a própria abordagem e atuação social da Instituição. A partir de então, em reunião realizada no mês de março de 2014 com todos os Profissionais com cargo de responsabilidade na Instituição de Ensino Superior – IES, ficou decidido que uma pesquisa de opinião seria realizada no município e que a mesma seria desenvolvida pelo Curso de Administração, sendo este, o Curso com maior adesão ao tipo de atividade. Além disso, esta ação foi também ao encontro da missão da Instituição: “união efetiva da teoria com a prática”.

Diante desse contexto o presente RT teve como objetivo apresentar os impactos das ações sociais, citadas no capítulo 3, desenvolvidas por uma Instituição de Ensino Superior instalada no município de Getúlio Vargas/RS, por meio da opinião de sua população, e visou identificar a visão dos munícipes referente a estas práticas e sugestões para melhorias. Seguindo o entendimento de Alves & Manãs (2009) é fundamental para as organizações integrar ações de Responsabilidade Social à sua rotina, pois a responsabilidade Social é o



compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expressado por meio de atitudes positivas e amplas, que irão influenciar a comunidade ou os agentes ligados à empresa, cumprindo assim as suas obrigações. O fato de o assunto ser uma tendência foi determinante para sua escolha, que deu-se pelo seu notável destaque na área social, percebida pela população do município. A existência de ações de Responsabilidade Social na IDEAU é de suma importância, pois trata diretamente da missão de uma instituição de ensino. Além disso pode ser utilizada como marketing social para fortalecimento de imagem. Dessa forma, os trabalhos realizados na “Pesquisa de Opinião com relação às ações sociais da Instituição” proporcionaram reflexões importantes com relação ao verdadeiro “efeito que elas estão trazendo ao município” e, conseqüentemente a leitura de que sua missão está sendo cumprida, demonstrando assim que a IES é “uma Instituição socialmente responsável” pelo entendimento de 71% dos entrevistados.

2 Referencial Teórico

A orientação de Silva (2009) é para que instituições de ensino superior que querem se considerar ou se tornar uma organização socialmente responsável não aceitem nenhum ato discriminatório e sempre devem agir respeitando os direitos humanos, a inclusão social além de inúmeras ações sociais a serem desenvolvidas. Já Schwartzman (2005) alerta que não se conhece as ações de Responsabilidade Social de Instituições de Ensino Superior privadas minuciosamente, a não ser que se elabore um modelo de relatório de Responsabilidade Social de acordo com as peculiaridades de cada uma dessas organizações.

O Instituto Ethos (2010), destaca que a Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Uma instituição socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e consegue incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários. Nesta mesma linha, Kelm (2008) entende que a responsabilidade é um compromisso assumido ou imposto legitimamente que envolve a geração de um determinado resultado ou comportamento. Cabe à sociedade atuar como agente fiscalizador, aplicando sanções àqueles que fugirem de sua responsabilidade.

No pensamento de Alves & Manãs (2009) a Responsabilidade Social vem sendo o compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, que se expressa por meio de atitudes positivas e amplas que irão influenciar a comunidade ou os agentes ligados a empresa, cumprindo assim as suas obrigações. Depois de várias análises de conceito de Responsabilidade Social conclui-se em uma visão expandida que este termo refere-se a toda e qualquer ação empreendida por uma empresa que contribua para a qualidade de vida da sociedade (Ashley, 2002 citado por Altimeyer, 2011). A concorrência acirrada e a escassez de recursos naturais desafiam as empresas a buscarem uma boa imagem perante a opinião pública. Por esse motivo, surge a necessidade do administrador integrar práticas de Responsabilidade Social, por meio de ações sociais, no cotidiano da organização. Coaduna-se com esta ideia o pensamento de Borger (2001) que afirma que a Responsabilidade Social está mais presente na gestão de empresas, sendo uma dimensão essencial, principalmente nas grandes empresas e que estas, sendo cada vez mais vigiadas referentes aos impactos que causam no meio ambiente e social.

A partir desta base, Michel & Lampert (2011) revelam que uma das empresas que é pioneira no Brasil é o Boticário que através de ações feitas internamente com os seus funcionários, preservação do meio-ambiente, preocupação com as comunidades próximas



e com o crescimento contínuo das pequenas e médias empresas colabora significativamente para o bem estar social no Brasil. O autor complementa ainda que há empresas como a Levis que optam por colaborar com a área da saúde, a Levis doa 2.5% do seu faturamento para campanhas que objetivam o combate a AIDS, como Apple que doa computadores a escolas públicas ou como a BankBoston que possui a fundação BankBoston sem fins lucrativos que tem vários projetos de apoio a estudantes negros e de recuperação social de menores das ruas do centro de São Paulo, além de outras empresas que por não terem muitos recursos financeiros utilizam as suas ferramentas de trabalho como forma de doações ou apoiam projetos em parceria com outras empresas.

Ainda seguindo nesta mesma linha, Instituições de Ensino como a Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUÍ é exemplo de responsabilidade social uma vez que em 2013 recebeu o Prêmio de Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul instituído pela lei nº 11.440, de 2000, e tem como objetivo incentivar o envolvimento de instituições em práticas de responsabilidade social voltadas para o bem-estar da sociedade e para a preservação do meio ambiente (Jung, 2013). Neste mesmo ano também a Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC recebeu o certificado de Instituição Socialmente Responsável da Assembleia Legislativa de Santa Catarina, prêmio este que têm como objetivo reconhecer instituições, empresas, cooperativas e entidades sem fins lucrativos que tenham a responsabilidade social incluída em suas políticas de gestão (Longui, 2013).

Em São Paulo a Universidade Nove de Julho – UNINOVE desenvolve mais de 70 projetos e ações sociais em diversas áreas por meio do seu programa chamado UNINOVE Transforma. Estes programas visam levar aos jovens instrumentos de crescimento e de qualificação, formando pessoas comprometidas e conscientes. Objetiva ainda potencializar a transformação contínua da sociedade, desenvolvendo projetos que atendem às necessidades atuais da população. Além disso, a instituição amplia as suas iniciativas para o crescimento sustentável das futuras gerações, investindo em atividades que buscam promover uma transformação na vida dos professores, dos alunos e da comunidade (Mendes, 2015).

Desta maneira, pesquisas realizadas nos últimos anos mostraram que a consciência da importância da Responsabilidade Social tem aumentado entre as organizações e a população. É uma preocupação que traz resultados positivos para a comunidade, para os funcionários, para governo e, principalmente, para a organização, que consegue contribuir, por exemplo, para a melhoria da sociedade e sua imagem empresarial. Os resultados do presente Relato mostraram que pela opinião da população tendo como base as ações sociais da IES, a Instituição é socialmente responsável e também que Ela têm a consciência de que a prática de ações sociais é uma maneira de estar bem tanto perante a comunidade acadêmica quanto com a comunidade em geral.

3 Metodologia

A Faculdade IDEAU tem sido um divisor de águas nas questões culturais, sociais e econômicas da região, especializando mão-de-obra, desenvolvendo a cidadania, atraindo investimentos. A Instituição em questão possui aproximadamente 240 alunos na educação básica, 60 alunos no ensino médio, 160 alunos no ensino técnico, 2.800 estudantes no ensino superior, sendo 750 com bolsas de estudos, 500 pós-graduandos, 24 cursos de ensino superior, 42 programas de pós-graduação lato sensu, e 1 stricto sensu, mais de 30 cursos de extensão, formação continuada em Escolas e Empresas, centro de línguas – inglês, espanhol, francês, italiano, unidades em Bagé/RS, Caxias do Sul/RS, Getúlio Vargas/RS e Passo Fundo/RS, 380 funcionários além de ter formando no ensino superior mais de 1.000 alunos.



Outro diferencial é a oferta de cursos no turno da noite disponibilizando também bolsa própria – Bolsa IDEAU –, faz parte do ProUni e Fies como forma de viabilizar os estudos daqueles que não tem como arcar com as mensalidades. Em 2008 implantou o Sistema de Gestão da Qualidade – SGQ com base na norma NBR ISO 9000. A expressão ISO 9000 refere-se a um grupo de normas técnicas que estabelecem um modelo de gestão da qualidade para organizações em geral, sendo a sua função promover a normatização de produtos e serviços para que sua qualidade seja permanentemente melhorada, ou seja, promover a melhoria contínua dos processos e serviços.

A Instituição anualmente realiza até o mês de novembro seu planejamento geral e um planejamento específico para a área social para o ano subsequente idealizando assim um plano institucional social, onde as ações sociais são contempladas. Até o ano de 2014 foram planejadas e realizadas diversas ações sociais como: Projetos de Incentivo ao Esporte, Projeto Aluno Destaque, Coleta Seletiva de Lixo, Projetos internos e externos voltados à Saúde, Aulas Magnas – arrecadação de alimentos para entidades sociais, Educação para Jovens em situação de risco social, Inclusão para Funcionários com algum tipo de deficiência, Bolsas de Estudos, Projeto Corporeidade e Psiquiatria: atividade física na ala psiquiátrica no Hospital São Roque, Apoio a Associações de Proteção aos Animais, Apoio às Feiras e Exposições de diversos municípios, Trabalho Voluntário dos Funcionários e Alunos, Apoio financeiro a Projetos Sociais da região, Apoio a programas de Educação Municipal, Estadual e Federal, Dia do Desafio em parceria com o SESC, Valorização e treinamento dos colaboradores, Jornada de Estudos, Inclusão Digital, Informática para a Melhor Idade, Capacitações, Carreira IDEAU, Campanha do Agasalho, Natal Solidário, Bolsas de Estudos, Doação de Sangue, Participação social em feiras dos municípios, Páscoa Feliz – doação de doces, Campanhas Ambientais, Palestras gratuitas, Semana da SIPAT sem falar na principal ação social: formação humana e profissional consolidando assim a missão social da Instituição.

Diante das avaliações da ISO, CPA, reuniões internas com responsáveis de setor a pesquisa de opinião com a população de Getúlio Vargas/RS, objetivou identificar se IDEAU é uma Instituição Socialmente Responsável. As entrevistas com os municípios aconteceram entre os meses de agosto e setembro de 2014 e antes de iniciar a abordagem na população, foram realizadas 3 reuniões com os órgãos da IES envolvidos nesta atividade para planejamento da atividade a ser realizada bem como a definição do método Survey, que para Mello (2015) é um método de coleta de informações diretamente de pessoas a respeito de suas ideias, sentimentos, saúde, planos, crenças e de fundo social, educacional e financeiro, bem como a estruturação do questionário, que é considerado como um dos principais instrumentos para este tipo de estudo (Botelho & Zouain, 2006). Após a conclusão desta etapa realizou-se uma análise minuciosa neste documento avaliando a língua portuguesa, formatação, coerência e também para verificar se todos os assuntos pertinentes ao estudo foram contemplados no questionário.

Trata-se de um estudo de caso com abordagem quantitativa que no entendimento de Yin (2010, p. 39) o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. O instrumento de coleta de dados continha 23 questões, sendo as 6 primeiras questões de cunho sócio-demográfica: faixa etária, escolaridade, profissão, renda, sexo, estado civil. As demais questões foram utilizadas para mensurar o posicionamento e entendimento das pessoas com relação ao significado de Responsabilidade Social; sua relação com ética, meio ambiente, trabalho voluntário, qualidade de vida; atividades em que a IDEAU deveria direcionar suas ações sociais; relação ética da IES com a comunidade; divulgação das ações sócias da Instituição; importância de se ter uma IES socialmente responsável; contribuição da Instituição com o



município e região; marketing social entre outras. Do total de questões, 19 eram questões eram fechadas, que pré-especificam um conjunto de alternativas para as respostas e 3 abertas (Botelho & Zouain, 2006).

Os questionários foram respondidos sem qualquer interferência dos investigadores, com tempo máximo de 20 minutos. A população abordada nas entrevistas foi uma amostra de 2,5% dos moradores totalizando cerca de 400 entrevistados com idade acima de 18 anos. O questionário foi distribuído tendo como foco principal as empresas do comércio direcionando o mesmo para o dono da empresa ou pessoa responsável além das entrevistas realizadas nas ruas de forma aleatória. Nenhuma informação que eventualmente pudesse identificar os participantes do estudo foi divulgada. A coleta de dados foi realizada por 2 (dois) acadêmicos representantes do Curso de Administração desta mesma Instituição de Ensino. Estes alunos foram escolhidos por serem os premiados, no semestre anterior, no projeto “Alunos Destaques”, ou seja, os alunos que obtiveram as melhores médias das médias de todas as disciplinas. O período das entrevistas com os munícipes aconteceu entre os meses de agosto e setembro de 2014. A coleta dos dados das ações sociais da Instituição aconteceu no mês de junho, através de pesquisa no site da instituição, informativos e também por meio de entrevistas não estruturadas. As informações foram coletadas anteriormente na IES para uma melhor estruturação do questionário. Para uma coleta mais precisa das informações, foram elencadas várias atividades sociais desenvolvidas pela Instituição bem como perguntas acerca do entendimento sobre Responsabilidade Social, relação social das empresas com a sociedade, ética, meio ambiente, meios de comunicação versus ações da IES, importância de ser socialmente responsável, contribuição da IES para com o município e região entre outras.

Geralmente a aplicação dos questionários foram realizadas no período da manhã e da tarde, em torno de 2 horas de manhã e 2 horas a tarde não necessariamente ocorrendo de forma sequencial. Totalizou-se 33 dias úteis de coleta de dados. Ficou evidenciada uma certa resistência por parte de alguns munícipes em responder o questionário e até esquecimento na devolução dos mesmos, porém não se identificou o motivo. Pode ser compreensível esta atitude, uma vez que a cada dia que passa mais e mais pessoas estão reclamando que não têm mais tempo para nada. Porém as dificuldades foram contornadas e a pesquisa de opinião foi considerada um sucesso pelos alunos e também pela Direção da Instituição.

4 Resultados Obtidos e Análise

Foram entrevistados 400 munícipes do município de Getúlio Vargas. O município está localizado na região do Alto Uruguai gaúcho e segundo pesquisa do IBGE (2010), tem área territorial de 286,567 Km², possui uma população total de 16.127 habitantes, sendo 8.305 mulheres e 7.849 homens. Destes apenas 4.661 compreendem o pessoal considerado ocupado. A amostra foi considerada muito boa levando em consideração a quantidade populacional (16 mil habitantes) versus o número de entrevistadores (dois) e entrevistados (2,5%). A pesquisa foi considerada de grande valia na opinião dos Gestores da Instituição e também dos alunos que dela participaram, segundo observações empíricas registradas durante os primeiros dias após a realização do mesmo. Informações levantadas permanecem até hoje nas pautas de reuniões, cerca de 1 ano após a realização da Pesquisa, confirmando a já comentada aprovação da iniciativa.

Evidenciou-se que o Perfil dos Entrevistados em sua grande maioria são pessoas de até 35 anos, representando 45% do total de entrevistados, sendo 58% mulheres. Quanto a Escolaridade houve semelhança dos índices: 29% têm segundo grau completo e 22% têm superior incompleto. Acredita-se que este fato se deve a relação da idade e também a vinda da faculdade para o município, facilitando o acesso ao ensino superior pelos. Nos resultados



referentes à Profissão, houveram várias respostas, obtendo destaque a profissão de Empresário com 34% das respostas. Conforme pesquisa divulgada no Portal Brasil 2011, cedida pelo Departamento Nacional de Registros do Comércio, o crescimento de abertura de novas empresas em 2009 a 2010 cresceu em 101%, demonstrando que o perfil empreendedor do Brasil também tem refletido neste município.

Os entrevistados também foram questionados com relação ao entendimento sobre o assunto, sobre ações sociais e Responsabilidade Social propriamente dita. Percebeu-se que 70% dos entrevistados conheciam ou já ouviram falar do assunto. Neste leitura, a Responsabilidade Social tem recebido muitas interpretações e está em crescente discussão em todos os ambientes, mas ainda não existe um consenso entre os interlocutores do assunto” (Araújo, 2006, p.5). Ainda com relação ao entendimento, 34,5% não sabiam ou não opinaram sobre o assunto e 17,5% afirmam que Responsabilidade Social é a ação de incentivar e desenvolver ações em benefício da sociedade e pensar no legado deixado para as próximas gerações, conceito este que é corroborado por Neves (2001).

No quesito Ações que devem ser priorizadas pela Faculdade IDEAU, 53,5% relacionam a Responsabilidade Social ao termo ética. Lunño apud Serpek (2006) “afirma que a ética é a ciência da moral e essa é arte de viver bem”. Este trecho demonstra que a ética, quando implantada nas empresas, além de melhorar sua imagem perante os clientes, consumidores, investidores, colaboradores e comunidade, também cria um ambiente de trabalho agradável e respeitoso, aspecto realmente essencial para empresas que querem se manter no mercado competitivo. Para 61,25%, a Instituição deveria apoiar programas relacionados à educação. Este índice é o mais alto, até mesmo da saúde, que foi escolhido por 39% dos entrevistados. Priorizar grupos sociais também foi destaque na pesquisa, uma vez que 59,25% dos entrevistados afirmaram que a Instituição deve direcionar suas ações aos jovens em situação de risco social. Outro fato observado é a baixa quantidade de moradores que focam a sua preocupação com os afro-descendentes e indígenas, elemento que pode estar ligado ao fator cultural da região, o qual foi destacado também no abaixo assinado do Mato Preto que foi destaque na reportagem de Comim (2012) no site do Jornal regional Diário da Manhã. A quantidade de assinaturas do abaixo-assinado contra a desocupação de áreas de terra por 385 famílias de agricultores, para assentamento de 15 famílias indígenas foi igual a 17.000 mil habitantes, quantidade maior que o número de habitantes do município.

Conforme revelou a pesquisa, 91% dos entrevistados afirmaram que a instituição é uma empresa ética. Percebe-se a boa imagem que a instituição tem em relação às questões éticas. Borger (2001) destaca que Responsabilidade Ética representa o comportamento e as normas éticas que a sociedade espera dos negócios, que tem adquirido cada vez maior importância, principalmente por que os seus níveis de tolerância da sociedade a comportamentos antiéticos estão cada vez menores. Segundo ele, a sociedade está cada vez menos intolerante a organizações antiéticas. O resultado desta questão demonstra a grande satisfação por parte dos moradores quanto à forma de tomada de decisões nos processos de trabalho da instituição. A principal contribuição reconhecida pelos entrevistados é em relação a facilidade de acesso a cursos superiores, reconhecidos por 50,25%, pois antes os estudantes tinham que se descolar até cidades vizinhas para ter acesso à eles. Os aspectos sociais, principal assunto do estudo, tiveram destaque em seguida com 37,85% das respostas. Estes são aspectos reconhecidos e estão explícitos nas atividades da instituição. A ação social com maior destaque foram as campanhas de arrecadação de alimentos, representadas pelo índice de 38% das respostas, que já é comum na instituição, pois entre elas temos: palestras, aulas magnas e trote solidário, nas quais os ingressos são alimentos não perecíveis, que posteriormente são doados a Entidades Assistenciais do município.



Outro ponto abordado pelo estudo foi a questão de qual seria a importância das ações sociais no momento da escolha da Instituição de Ensino. Percebeu-se que 48% dos entrevistados afirmaram que sim, sem justificar a sua resposta. O maior índice que justificou a resposta foi de 10,75%, alegando que a Responsabilidade Social é de extrema importância para o desenvolvimento da sociedade, principalmente após o início da escassez de recursos. Ainda com relação a Responsabilidade Social, 26,75% atribuíram a nota 8, 16,5% a nota 9 e 12,75% a nota 10. Isso demonstrando a boa imagem que a Instituição tem em relação à Responsabilidade Social, pois quase 60% dos entrevistados atribuíram notas maiores de 8.

Atualmente, reforço de imagem e marca tem sido cada vez mais valorizada pelas empresas devido a concorrência acirrada. Na pesquisa “Estratégias das empresas no Brasil: atuação social e voluntariado”, do CEATS-USP, das 273 participantes, 79% concordaram que investir em ações sociais por meio do voluntariado empresarial melhora a imagem institucional da empresa e 8% concordaram parcialmente. (Lourenço & Schroder, 2002, p.16).

Entende-se por meio desta evidência que as empresas que não investem na imagem acabam perdendo colocação no mercado. Neste contexto, a Transparência é outro ponto fundamental. Observou-se que 72% dos entrevistados responderam que a instituição é transparente em suas ações. Adotar valores e trabalhar com transparência nos dirige a ideia de uma empresa que, conforme a perspectiva de Badarraco Jr (2005) apesar de todos apreciarem atitudes heroicas, a ética é encontrada em lideranças modestas que agem de modo paciente e observador, analisando a situação e destacando a solução correta. Quando questionados se a instituição seria ou não socialmente responsável, 71% afirmaram que sim em função das diversas atividades desenvolvidas e 53% afirmaram ainda que o principal responsável pela Responsabilidade Social seria a sociedade em geral e não o governo.

5 Considerações finais

Ao concluir o presente estudo fica evidente que é fundamental para as organizações integrar ações de Responsabilidade Social à sua rotina. Nesta mesma linha de pensamento, Alves e Manãs (2009) destacam que a responsabilidade Social deve ser o compromisso que uma organização assume com a sociedade, expressado por meio de atitudes positivas e amplas, que irão influenciar a comunidade ou os agentes ligados à empresa, cumprindo assim as suas obrigações. Identificou-se ainda neste Relato, a grande importância em realizar pesquisas de opinião direcionadas às ações de Responsabilidade Social em instituições de ensino, pois possivelmente os resultados irão influenciar outros profissionais e Instituição a agirem de modo responsável. Para tanto, é possível concluir que a existência de ações de Responsabilidade Social na Instituição é de suma importância, pois trata diretamente da missão de uma instituição de ensino. Além disso, poderá se tornar uma ferramenta como marketing para fortalecimento de imagem.

Além disso, o impacto positivo das ações sociais da Faculdade IDEAU percebe-se através da afirmação de 91% dos entrevistados que a instituição age de forma ética, 72% que é transparente em suas ações, 71% consideram a instituição socialmente responsável. As ações que a Instituição incentiva e desenvolve são também direcionadas a apoiar a comunidade que a instituição está inserida. A valorização de colaboradores é uma prática que também está presente na instituição, através de reuniões mensais para prevenção de doenças e acidentes de trabalho e reconhecimento do trabalho dos mesmos através da divulgação nos informativos.



Portanto, foi possível concluir que os objetivos dos estudos foram alcançados analisando a verificação das práticas sociais existentes na IES fazendo o contraponto das ações desenvolvidas pela Instituição com a opinião da população do município. Destaca-se também que a grande quantidade de ações que a instituição possui atingem os mais diversos envolvidos tais como: colaboradores, acadêmicos e comunidade em geral. Os dados levantados no presente estudo sugerem que as Instituições de Ensino Superior desenvolvam ações sociais, que busquem se tornar uma Instituição de Ensino Socialmente Responsável uma vez que a pesquisa evidenciou que a população valoriza estas ações além dos inúmeros benefícios que os munícipes e seus alunos podem usufruir, sem falar no marketing social resultando uma imagem positiva para sua marca. Sugere-se à Instituição priorizar ações voltadas à educação e jovens em situação de risco social, pois conforme a pesquisa, estas práticas destacaram-se na opinião dos munícipes, podendo ser em forma de bolsas de estudo à estes jovens e oferta de instalações em horários vagos para realização de cursos profissionalizantes. A divulgação é outro ponto que poderia ser mais explorado, utilizando outros meios de comunicação e até como sugestão a implantação de um balanço social na IES.

É importante destacar que o presente relato apresenta limitações, uma vez que até o momento, o foco das avaliações tem sido no processo, ou seja, nas medidas que as empresas vêm tomando. Por outro lado, a revisão da literatura apontou a grande carência de estudos no que diz respeito à identificação de resultados nessa área, ou seja, avaliar de forma efetiva os resultados das Ações Sociais sejam elas desenvolvidas em qualquer organização. Para que ela se torne uma prática de gestão sólida, torna-se fundamental evidenciar os resultados alcançados. Até o momento, o foco das avaliações tem sido no processo, ou seja, nas medidas que as organizações vêm tomando.

Referências

- Altimeyer, H. Y (2011). *O exercício da responsabilidade social gerando uma vantagem competitiva para as empresas que o praticam*. Recuperado de http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Adm%20Geral/ADM06-Responsabilidade_social_gerando_Vantagem_Competitiva.pdf
- Alves, E. J.; Manãs, A. V. (2009). Vantagem Competitiva por meio da Responsabilidade Socioambiental em Indústrias do Setor de Eletroeletrônicos. *Anais do Congresso Virtual Brasileiro de Administração*. São Paulo, SP, Brasil, 1-20.
- Ashley, P.; Coutinho, R.; Tomei, P. (2000). Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: uma análise conceitual comparativa. *Anais do XXIV Encontro da ANPAD*. Florianópolis, SC, Brasil.
- Ashley, P.A. *O que é responsabilidade social nos negócios?* Recuperado em 20, janeiro, 2010, de <http://www.alternex.com.br/~patiagpucrio.htm>
- Araújo, G. C. De, et al (2006). Sustentabilidade empresarial: conceito e indicadores. *Anais do Congresso Virtual Brasileiro de Administração*. Mato Grosso do Sul, MS, Brasil, 1-20.
- Badaracco Júnior, J. L. (2005) Não precisamos de outro herói. In Rodriguez, M. V. *Ética e responsabilidade social nas empresas*. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.
- Borger, F. G. (2001). *Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. Tese de Doutorado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, SP, Brasil.
- Comim, S. *Agricultores pedem revisão de portaria que demarca área*. Recuperado em 06, junho, 2012, de <http://www.diariodamanha.com/noticias.asp?ID=40124>



- Farias, Alexandre; SAUERBROON, Fernanda Filgueiras (2008). *A área social é uma questão estratégica? Abordagem crítica*. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n1/a02v42n1.pdf>
- IBGE, *Síntese de informações do município de Getúlio Vargas 2010*. Recuperado em 28, outubro, 2012, de <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm>
- Instituto Ethos. *Instituto Ethos (2010)*. Recuperado em 03, fevereiro, 2010, de <http://www.ethos.org.br>
- Jung, P. S. (2013). *Certificado de Responsabilidade Social*. Recuperado em 10 maio, 2015, de <http://www.unijui.edu.br/comunica/institucional/18798-fidene-unijui-recebe-certificado-de-responsabilidade-social-2013>
- Kelm, M. L. (2008). A Institucionalização da Responsabilidade Social Corporativa. [Work Paper N° 32], *Unijuí*, Ijuí, RS, Brasil.
- Longui, U. J. (2013). *Certificado de Responsabilidade Social da Assembléia Legislativa*. Recuperado em 10, maio, 2015, de <http://www.unoesc.edu.br/noticias/single/funoesc-recebe-certificado-de-responsabilidade-social-da-assembleia-legisla>
- Lourenço, Alex Guimarães; Schroder, Débora De Souza (2002). *Vale investir na área de responsabilidade social empresarial*. Recuperado em 07, maio, 2012, de http://ethos.org.br/_Uniethos/Documents/VALE%20INVESTIR%20EM%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20_.pdf
- Mello, Carlos (Org.). *Métodos quantitativos: pesquisa, levantamento ou survey*. Aula 09 da disciplina de metodologia de pesquisa na UNIFEI. Recuperado em 02, setembro, 2015, de http://www.carlosmello.unifei.edu.br/Disciplinas/Mestrado/PCM-10/Slides-Mestrado/Metodologia_Pesquisa_2012-Slide_Aula_9_Mestrado.pdf
- Mendes, L. (2015). *Crescimento sustentável para as futuras gerações por meio de participações conscientes*. Recuperado em 10, maio, 2015, de <http://www.uninove.br/Paginas/ConhecaMais/UninoveTransforma.aspx>
- Michel, Margareth de Oliveira; Lampert, Maurício Amaral (2011). *Responsabilidade Social ou Marketing para Causas Sociais*. Recuperado em 25, março, 2012, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/michellampert-responsabilidade-social.pdf>
- Neves, M. (2001). *Marketing Social no Brasil: A Nova Abordagem na Era da Gestão Empresarial Globalizada*. Rio de Janeiro: E-Papers.
- Portal Brasil (2012). *Total de empresas criadas no Brasil cresce mais de 100% em 2010*. Recuperado em 02, dezembro, 2012, de <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/02/14/total-de-empresas-criadas-no-brasil-cresce-mais-de-100-em-2011>
- Schwartzman, J. (2005). *Responsabilidade social no Ensino Superior*. Revista brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior. Brasília, DF, Brasil, 34, 47-53.
- Serpek, P. (2006) *Responsabilidade Social e competência interpessoal*. Curitiba: IBPEX.
- Silva, A. et al (2012). *Jornal Informativo Especial*. 2012. Recuperado em 02, dezembro, 2012, de <http://www.ideau.com.br/getulio/upload/informativo.pdf>
- Silva, N K. V. (2009). *Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: um estudo de caso em uma Instituição de Ensino Superior da cidade do Recife*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de ciências da Administração de Pernambuco, Universidade de Pernambuco, Recife, Brasil.
- Yin, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4 ed. Porto alegre. Bookmam. 2010.