

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL: UMA CONTRIBUIÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UniEVANGÉLICA

Joana D'arc Bardella de Castro¹
Haley de Jesus Linhares²

RESUMO: O artigo científico busca demonstrar a importância dos conceitos e da interação da responsabilidade social e ambiental e, do desenvolvimento sustentável diante da visão, conhecimento e participação de alunos, funcionários (colaboradores) e professores da Instituição. Destacando-se a contribuição real para o Curso de Administração da UniEVANGÉLICA, onde demonstra-se a necessidade de intervenção para aprimoramentos e sugestões de novos projetos que visem atender ao público externo da Instituição, contribuindo dessa forma com o aumento da imagem institucional frente a *stakeholders* da organização, tornando-se um marco diferencial entre as instituições de ensino atuais. Diante dessa realidade adotou-se como metodologia a pesquisa em livros, teses e internet, e aplicação de questionários ao público específico de conhecimento do trabalho adotado para que se fosse possível o real conhecimento, interesse e participação dos mesmos. Em suma, reconhece-se que todas as ações realizadas pela instituição têm como benefício a criação de empresas e indivíduos voltados e atentos com preocupação com o meio ambiente e a sociedade que o circunda, obtendo *feedback* constantes e que os mesmos comprometam-se com o desenvolvimento sustentável da sociedade de forma justa e ampla a todos os que nela necessitam e participam.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social. Meio ambiente. Desenvolvimento sustentável.

INTRODUÇÃO

Diante do realismo em que se encontra o planeta e as sociedades, é evidente as indiferenças que casualmente já são apresentadas, relatando os desastres ambientais e as injustiças sociais, resultadas de um mal planejamento dos governos e empresas. A partir desse contexto, é exemplo e necessário que todas as organizações dos mais variados ramos, atividades e finalidades se conscientizem e estabeleçam a criação, manutenção e propagação de atividades de cunho sócio-ambiental, proporcionando proteção, investimentos e solidariedade nas suas mais variadas formas.

A responsabilidade social e ambiental mostra-se extremamente importante às organizações pois, demonstra a nova ordem que está sendo criada no ambiente empresarial, que

¹ Professora Mestre, orientadora do artigo científico. Docente na UniEVANGÉLICA - Centro Universitário e na UEG – Universidade Estadual de Goiás.

² Bacharel em Administração – Habilitação em Finanças pela UniEVANGÉLICA – Centro Universitário – Anápolis / Goiás. E-mail: haleyj1@hotmail.com.

determina a visão do mundo e das sociedades como um organismo vivo, os quais necessitam da criação de projetos e da fiscalização e punição das instituições que prezam pelas atitudes irresponsáveis frente à sociedade e o meio ambiente. Atitudes essas que impedem as empresas de alcançar o seu sucesso e sua competitividade.

Essa nova forma de gestão concede inúmeras características e vantagens às organizações. Valorização dos princípios de forma ética e responsável, tanto para empresa como para seus *stakeholders*, gerando qualidade, competência e diferenciação nas suas relações. Proporciona conscientização e preparo para situações de conflitos culturais e ambientais vindas das exigências do mercado e da legislação e, estabelecem vantagem competitiva com a valorização da imagem institucional da empresa e de seus produtos ou serviços, sendo retribuída com a preferência de consumidores que se preocupam com instituições responsáveis.

Por efeito das características apresentadas pelas ações de preocupação e conscientização sobre Responsabilidade Social e Ambiental, a UniEVANGÉLICA - entidade fundamentada em princípios cristãos que promove a excelência do conhecimento nos seus diferentes níveis e a formação de seus discentes como cidadãos instruídos e comprometidos com o desenvolvimento sustentável, se vê ciente de uma realidade que está começando a ser engajada na mente das pessoas e no coração das empresas. Nesse intuito, o curso de Administração não deixa de conceber como necessidade a função de capacitar profissionais que visam se esmerar diante das culminantes mudanças e necessidades do mercado.

Com essa preocupação, de ultrapassar o grande desafio encontrado atualmente - colocar em prática fervorosamente as atitudes e programas sociais estabelecidos - este projeto propõe sugerir ao Curso de Administração e à UniEVANGÉLICA a criação de novos programas no âmbito sócio-ambiental, assegurando o comprometimento dos mesmos através da monitoração e avaliação das atividades realizadas garantindo *feedback* positivo à Instituição.

Dessa forma, coloca-se como objetivo primordial a criação de um projeto de Responsabilidade sócio-ambiental que, conceda ao Curso de Administração da UniEVANGÉLICA o conhecimento da necessidade de se instituir organizações que se preocupam com as questões sociais bem como a preservação e bom uso do meio ambiente.

Nesse mister e ao se iniciar a pesquisa, pretende-se responder ao questionamento do seguinte problema: Haverá compromisso e conscientização de todos os indivíduos para a

realização, de forma plena, das ações que deverão ser implementadas nos projetos de Responsabilidade Social e Ambiental?

REVISÃO DE LITERATURA

Conceituando Responsabilidade Social

Responsabilidade social é um tema que está inserido no contexto prático e empírico das empresas. Elas estão buscando formas, ideologias e métodos para contribuírem com a sociedade em que estão inseridas. Estão utilizando a responsabilidade social para assegurar internamente um elo entre as atividades da empresa e a atuação dos colaboradores; externamente estão realizando ações sociais que contribuem a um número crescente de pessoas e ao mesmo tempo transmitindo aos seus consumidores, fornecedores, parceiros e a própria sociedade a imagem de uma empresa responsável e, que de forma discreta busca vantagens e competitividade com produtos e serviços com um fator diferencial e característico.

Dessa forma, deve-se estabelecer o conceito de Responsabilidade social para que todo esse processo e as ações sejam realizadas de forma coerente, com embasamento teórico que ajude as pessoas a compreenderem claramente do que se trata o assunto e a finalidade de ser socialmente responsável. Diante disso, encontra-se o conceito de Responsabilidade social empresarial, segundo Valleys (2006, p.36):

[...] Responsabilidade social empresarial é um conjunto de práticas da organização que integra sua estratégia corporativa e que tem como finalidade evitar danos e/ou gerar benefícios para todas as partes envolvidas na atividade da empresa (clientes, empregados acionistas, comunidade, periferia, etc.), com finalidades racionais, que devem redundar em benefício tanto da organização com da sociedade.

Deve-se estar atento à finalidade do conceito, mesmo que este seja reformulado a cada ação e em cada empresa ou instituição que passa a ser membro dessa minoria que se preocupa com o desenvolvimento de forma sustentável da sociedade. Portanto, é imprescindível saber que em qualquer momento ou situação o conceito deve remeter a mesma mensagem, como conceituou Ashley (2003, p.07) determinando que responsabilidade social são atitudes e

quaisquer ações realizadas em prol e que contribuem com a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Não antepondo-se somente à definição do termo, a contribuição do que é responsabilidade social deve alienar-se também com a idéia da empresa ou organização, imperativamente e em conjunto com todas as normas e manuais de forma integrada com a alta administração e todos os colaboradores para que se acentue a importância e defina até onde suas contribuições podem alcançar. Portanto para Caetano (2006, p.45) empresa socialmente responsável: “[...] é aquela que responde às expectativas de seus acionistas [...], é aquela que está atenta para lidar com as expectativas de seus *stakeholders* atuais e futuros, na visão mais radical de sociedade sustentável.”

Aspectos relacionados à Responsabilidade Social

Quando se pensa em responsabilidade social, pleiteia-se em observar que para se chegar a um desenvolvimento pleno, ou seja, que caracterize os *stakeholders* – os indivíduos identificados como os beneficiários das ações sociais, deve-se estar extremamente atento a alguns aspectos, os quais certificam a satisfação plena dos próprios *stakeholders*. Caetano (2006, p.59-60) os define como

[...] Primeiro desafio: avaliação do desempenho. [...] inclui a avaliação quanto aos aspectos ambientais (responsabilidade ambiental); econômicos (responsabilidade societária, financeira, comercial e fiscal) e sociais (ação social da empresa e responsabilidade trabalhista previdenciária). [...] Segundo desafio: transcender as fronteiras da empresa. É preciso descentralizar o debate sobre responsabilidade social, que hoje tem a empresa como centro e origem de toda a responsabilidade [...]. [...] Terceiro desafio: transparência organizacional. As empresas, [...], deverão, a partir de normas, princípios e valores assumidos e praticados no cotidiano do trato com seus *stakeholders*: construir relações de confiança; reger suas relações por normas de conduta; incentivar e adotar parcerias que agreguem valor mutuamente; tomar decisões empresariais considerando aspectos econômicos, ambientais e sociais.

Torna-se relevante e importante às organizações todo esse novo contexto e a sua abrangência, onde as situações vividas pelas empresas, pela sociedade e pelos governos levam como resultado uma mudança radical na sua estrutura, tanto física (prédios, terrenos, etc.) como orgânica (pessoas, métodos, conceitos, etc) afetando principalmente as próprias organizações e

governos, na criação de novas legislações e diretrizes que atendam às necessidades de suas reivindicações.

É nítido entre muitos pensadores e sociedades, que a realidade presenciada nos dias atuais, trata-se do aumento desenfreado da população mundial aliado ao seu consumo abusivo e em maior parte desnecessário dos indivíduos, os quais não possuem conscientização do fatídico modo de vida que possuem, tampouco as suas tecnologias e processos produtivos que trabalham visando a prospecção própria, sem delimitações, descartando a hipótese de programas sociais e de preservação do meio ambiente.

Quando argumenta-se a necessidade das empresas de realizar e participarem das atividades de responsabilidade social, estabelece-se uma controvérsia na concepção do que é contrário e a favor dessas realizações, tanto por parte das organizações como por parte da sociedade. No que tange à favor da participação das empresas, entende-se que a sua participação é um elemento crucial e isto se deve a sua influência na sociedade, ao passo que é um dos componentes deste meio tornando-se responsável pelo bem-estar da sociedade, a fim de ajudá-la e mantê-la como um todo. Quanto aos aspectos contrários à participação das organizações, percebe-se que há um conflito de idéias e interesses, os quais como consequência final teria a dissolução das empresas, através da negação dos objetivos e com ações realizadas que a levaria a gastar subsídios vindos de potenciais investidores, tornando-se meios antiéticos e ineficientes de se administrar uma empresa.

Diante da realidade e das atitudes contrárias que são apresentadas, encontra-se segundo Certo (2005, p.53), três aspectos extremamente relevantes e nos quais a direção das organizações devem se concentrar:

1. Exercer todas as atividades de responsabilidade social exigidas por lei.
2. Considerar voluntariamente a prática de atividades de responsabilidade social além daquelas exigidas por lei.
3. Informar a todas as pessoas até que ponto sua empresa se envolverá em atividades de responsabilidade social.

Esses aspectos exercem influência no desenvolvimento das ações de responsabilidade social, ao certo que demonstram à organização quais atividades e até que ponto a empresa e seus colaboradores devem se envolver. Legitimamente, existe um mínimo exigido e também o órgão

que regula as empresas quanto à realização de projetos sociais. À empresa cabe informar, instruir e determinar aos envolvidos, como eles devem proceder na realização das atividades, assumindo dessa forma uma posição realista diante da realidade e da expectativa da sociedade.

Portanto, é significativo às organizações a realização de ações que abrangem desde aspectos trabalhistas, passando pelos econômicos até os aspectos ambientais e sociais, haja vista que a congruência de todas essas atividades determine caracteristicamente a empresas, tanto em lucros e retornos à sua imagem quanto em exigências das sociedades e do governo e também na prestação de contas e no cumprimento fidedigno das leis.

Fatores que levam a necessidade de ações socialmente responsáveis

Nesse momento da economia onde normalmente se encontra indivíduos disputando acirradamente cada fatia mínima e de lucro do mercado, evidencia-se um dos fatores que determina a realização das ações de cunho social. A globalização da economia que rege as inúmeras inovações são presenciadas com rapidez nos dias de hoje; o aumento dos trabalhadores desempregados; a injusta e inadequada distribuição da renda que gera desigualdades sociais, são aspectos de uma sociedade que está corrompida, mas que precisa rapidamente da intervenção em conjunto dos setores da economia e do governo. Aliado a esses aspectos nota-se também na saúde e na educação - os principais pilares de uma sociedade - a deficiência e o descaso que ambientaliza-se nesses dois setores, os quais contribuem para o aumento da miséria e da violência.

A globalização traz às empresas a percepção de fatores que as levam a entender a necessidade de mudanças, num contexto de proatividade. O aumento da competitividade demonstra no ambiente empresarial a realidade vigente, a exigência de se obter diferenciais competitivos, para que estes satisfaçam aos seus respectivos destinatários e geradores dessas necessidades os quais “[...] englobam o público interno e externo das organizações, além do investimento na preservação ambiental [...]” (ASHLEY, 2003, apud NETO e FROES, 1999, p. 104). Isso pode ser melhor esclarecido pela figura 1, onde se encontra sete vetores da Responsabilidade social:

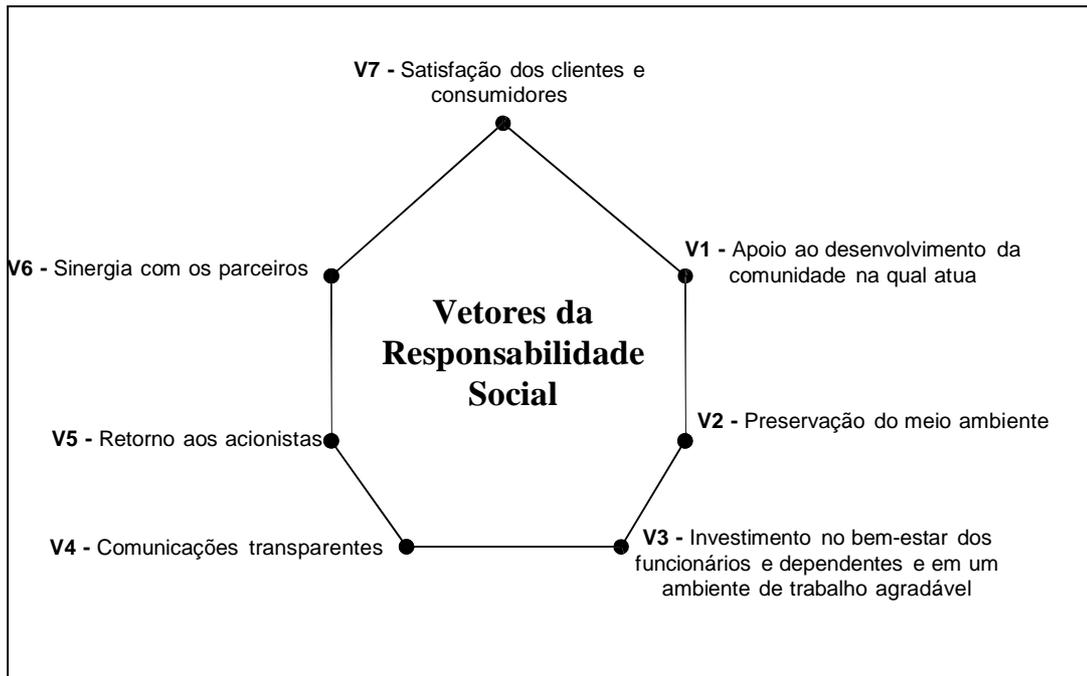


Figura 1 – Vetores da Responsabilidade Social
 Fonte: ASHLEY, 2003, apud NETO e FROES, 1999, p. 104.

Portanto, frente aos desafios sociais encontrados percebeu-se a criação de “[...] um conjunto de iniciativas de caráter público, sem fins lucrativos, sem discurso partidário, conhecido como “Terceiro Setor”. (AMOROSO, 1998).

Terceiro Setor

Terceiro Setor, mais conhecido como setor social, é dito como o ambiente onde os indivíduos podem contribuir e participar juntamente com o apoio das empresas das ações e projetos que beneficiam a sociedade. É o setor composto por organizações, fundações e instituições da sociedade civil sem fins lucrativos, ou seja, os seus lucros não podem ser distribuídos aos diretores e associados. Ele complementa a relação existente entre o Estado e o mercado a fim de implementar a execução de alianças e/ou parcerias entre esses setores. O que amplifica a atuação da Responsabilidade social, e determina uma nova ordem nas relações econômicas e de mercado e, contribui para se instituir a qualidade de vida, a cidadania e a formação de indivíduos cientes da importância de uma conduta eticamente responsável e legitimamente transparente.

Ao passo que se é inserido esses aspectos, o Terceiro Setor se defronta com um desafio

crucial e uma meta relativamente importante, onde Ashley (2003, apud SALOMON, 1997, p.89) sugere que:

[...] não é criar estruturas sociais inteiramente novas, mas aplicar novas formas de associação às estruturas tradicionais da comunidade, passar dos esquemas clientelistas e paternalistas de interação para outros que realmente tenham poder e capacidade.

Portanto, fica evidente que o Terceiro setor busca estabelecer uma atuação integrada e proativa das alianças e parcerias entre os três setores presentes na estrutura socioeconômica de um país, o Primeiro setor (os governos); o Segundo setor (o mercado) e o Terceiro setor propriamente dito, garantindo o acesso mais viável e adequado para alcançar a transformação social e o desenvolvimento sustentável.

Considerações sobre Responsabilidade Social Ambiental

O termo responsabilidade ambiental está inserido no contexto de responsabilidade social ambiental, ou seja, ele é parte integrante desta gestão.

Nos dias atuais, já presencia-se reconhecidamente que a humanidade é impossibilitada de agir e viver de acordo com a ordenação geral da vida e da natureza como afirma Donaire (2006, p.29). Desse modo, vê-se notadamente a existência de milhares de órgãos e instituições que prezam para a realização de ações que venham a estabelecer que as atividades humanas sejam realizadas de acordo com as leis impostas pela natureza, criando uma nova situação onde persista essa ordenação correta e bem coordenada entre os fatores humanos e ambientais. Com isso, reconhece-se a possibilidade de um novo momento no ambiente econômico, onde esteja estabelecido novas variáveis para o crescimento econômico.

Ao iniciar as ações que estabeleçam restrições e regulamentações às atividades nas empresas, no caso da gestão ambiental encontrada com maior normalidade nas indústrias e grandes organizações, compreendeu-se que tais exigências eram consideradas como obstáculos impostos através da legislação, que viriam a aumentar os custos no processo produtivo e as atividades administrativas.

No entanto, no decorrer dos anos esse pensamento foi sofrendo mudanças importantes, onde Dias (2006) demonstra que a evolução da perspectiva empresarial com assuntos relacionados a temas ambientais ocorreu paralelamente com o seu crescimento na sociedade.

Diante desse fato compreende-se que tanto a transformação dos assuntos ambientais quanto a sua influência serão percebidas nos negócios, economicamente, de forma crescente e profunda.

Vale ressaltar que a irresponsabilidade ambiental é uma situação que está diminuindo no contexto organizacional, devido a atuação marcante da sociedade e das organizações, estabelecendo dessa forma exigências diferentes. Dias (2006, p.161) informa que as empresas estão:

[...] com um rumo definido para uma maior responsabilidade social, inserindo-se como mais um agente de transformação e de desenvolvimento nas comunidades; participando ativamente dos processos sociais e ecológicos que estão no seu entorno e procurando obter legitimidade social pelo exemplo, e não mais unicamente pela sua capacidade de produzir.

Desse modo, quando uma organização introduz em seus processos as exigências da legislação ambiental, a mesma deverá realizar um planejamento que incorpore todos esses aspectos, que evidentemente a caracterizará com aspectos positivos, ou seja, boa postura frente aos clientes, imagem institucional ecologicamente correta e responsável, conseguindo “[...] significativas vantagens competitivas, quando não a redução de custos e incremento nos lucros a médios e longos prazos.” (TACHIZAWA, 2001, p.38).

O tema ambiental está inserindo num contexto extremamente sensível, ou seja, deve-se explicitar e demonstrar a correta compreensão das questões ambientais. Diante desse fato, ressalta-se duas posições distintas que devem ser encaradas com importância por todos os seus componentes envolvidos. Robles Jr. e Bonelli (2006, p.20) as descreve como sendo:

A conservação e a preservação ambiental. Na preservação ambiental adota-se o critério de intocabilidade da natureza e do ecossistema pelo homem, acreditando-se que, uma vez rompido o equilíbrio preexistente no sistema, este não mais se recomporá. Através da conservação, ao contrário, admite-se o aproveitamento controlado dos bens e recursos que constituem o ecossistema em extensão e ritmo tais que permitam sua recomposição, de forma induzida ou inteiramente natural.

Quando a questão ambiental está envolvida nessa estratégia preservacionista, fica evidente a necessidade e a intenção da realização de tais atitudes uma vez que, como percebe-se no seu conceito, a conservação pretende demarcar áreas onde a civilização não afete de forma alguma a natureza, ou seja, proíbe-se a presença humana. Em contraposição, na conservação

nota-se claramente que a utilização do meio ambiente seguindo essa vertente, demonstra uma associação direta com o conceito de desenvolvimento sustentável, onde o crescimento da economia tende a caminhar de acordo com a conservação dos recursos naturais.

É interessante ressaltar que algumas discordâncias pouco a pouco estabelecidas indiretamente nos debates ambientais, a nível institucional, estão se transformando, gerando um novo senso comum entre as organizações e os países, estes que são constantemente cobrados pelos órgãos respectivos e pela sociedade. Essas discordâncias remetem a idéia de que as atitudes voltadas para as ações de cunho ambiental viriam a impedir o desenvolvimento e progresso econômico. No entanto, essa idéia vem mudando e instituindo o senso de que as medidas adotadas em prol da gestão ambiental trabalham em parceria para que haja o desenvolvimento e a realização das políticas governamentais guindo-as para que se tornem também aspectos importantes nas decisões dos investidores e da alta administração.

Assim, fica claro que não somente serão presenciadas ações ambientais, mas será presente a todos a existência dessas ações aliadas à uma qualidade ambiental, que por via atenderá as exigências da natureza em concordância com as atividades realizadas pelas empresas em seus processos. Isto garante à organização uma valorização da sua imagem, diferenciação no mercado e a gratificação da sociedade e do meio ambiente.

Considerações e importância do desenvolvimento sustentável

Desde os primórdios do crescimento e desenvolvimento econômico, que tinham como função a produção descontrolada para se obter lucro nas empresas e, atender e satisfazer as necessidades dos indivíduos utilizou-se maciçamente os recursos naturais gerando fatores que somente no último decênio do século XX levou-se a perceber realmente que a natureza não estava mais suportando tanta exploração e que a sociedade começava também a não sustentar o intenso crescimento das desigualdades sociais, abrindo espaço para a ascensão da pobreza e da fome.

Diante desses fatos a ONU (Organização das Nações Unidas) criou na década de 80 uma comissão para estudar os crescentes problemas enfrentados pela sociedade mundial em âmbitos sociais e ambientais. Dessa comissão surgem-se as primeiras conceituações de desenvolvimento

sustentável e tornam-se o ponto de partida para a análise de um novo ponto de vista para o desenvolvimento o que conseqüentemente impõe às organizações e aos Estados novas posições no que tange a qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente.

Tentando modificar a visão das empresas, alargar Estados e indivíduos da sociedade, é conhecido o conceito de desenvolvimento sustentável que caracteriza-se, segundo Dias (2006, p.31, apud CMMAD, 1991, p.49), por ser:

[...] um processo de transformação social no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas.

Ao mesmo tempo, percebe-se que na definição de desenvolvimento sustentável, estão presentes dois outros conceitos. Conceitos que estabelecem e deixam claro a cautela a ser adotada de sociedade para sociedade, pois estes asseguram aspectos independente entre si e que são concebidos de forma diferentes. O primeiro a ser analisado é o da necessidade, que independente das pessoas deve ser assegurado e garantido. E o outro trata-se da limitação que estabelece a criação de soluções aos recursos vistos hoje e que são ilimitados e necessários, determinando caracteristicamente a sua disponibilidade e assegurando o seu direito às futuras gerações. Esta definição é fornecida por Robles Jr. e Bonelli (2006, p.45), demonstrando que “desenvolvimento sustentável significa atender às necessidades da geração atual sem comprometer o direito de suas futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades”.

Entretanto, é comum observar que existam opositores ao conceito de desenvolvimento sustentável. Eles, porém

têm sido alvo de críticas diversas, devido às suas ambigüidades, indefinições e contradições, à ênfase economicista e desenvolvimentista, à ausência de uma perspectiva espacial e de classes sociais em seu interior, à não explicitação de como conciliar preservação e crescimento no contexto do capitalismo e à possibilidade de ser apenas uma nova cara para uma fórmula velha e já esgotada. (LIMA, 1999, apud CUNHA, 2005, p. 91).

Mas, deve-se lembrar que para que haja mudanças radicais na cultura de uma determinada sociedade, encontra-se como barreira um elemento específico e contraditório a teoria utilizada, criando assim um paradigma que dificulta a concepção de certas partes de uma sociedade, contribuindo para a disseminação da contrariedade acerca do que se está baseando, neste momento abrangendo o desenvolvimento sustentável.

Contudo, concebe-se que a real função do desenvolvimento sustentável seja a tentativa de mudar a visão das pessoas, organizações e governos sobre a relação de ambas as partes com o meio ambiente e demonstrar o ambiente ideal para a existência equilibrada do ser humano. Esses aspectos revelam que são necessárias mudanças drásticas, o que significa a existência de um novo paradigma, o qual estabelece uma nova forma de executar, uma forma racional, a utilização dos recursos naturais e, também mostra a exigência de uma reorganização dos sistemas produtivo e social.

No intuito de guiar as nações, num compromisso político, para em conjunto alcançar o desenvolvimento sustentável, revelou-se que a globalização, como foi citada por Zordani e Taioli (2003, p.523) está servindo como uma espécie de retrocesso, pois desnorteia o que foi promovido nas comissões realizadas pela ONU e se contrapõe ao conceito estabelecido, não preconizando a sustentabilidade da vida no planeta.

Entretanto, não desistindo de alcançar o desenvolvimento sustentável em parceria com a criação de novas oportunidades e o aumento da vantagem competitiva, entendeu-se que a educação é apresentada como a forma ideal e característica no alcance dos objetivos do desenvolvimento sustentável. A esse objetivo, WBSCD (2000, apud Dias 2006, p. 38) demonstra através de indicadores para a sustentabilidade empresarial a criação de mais valor com menos impacto, tema discutido pelo WBSCD (World Business Council Sustainable Development). Esses indicadores podem ser melhor compreendidos na figura 4.

Sabendo que o desenvolvimento sustentável traduz-se num plano que tem por finalidade extinguir a pobreza, satisfazendo as necessidades básicas dos indivíduos e aumento consideravelmente a qualidade de vida, determina-se conforme Zordani e Taioli (2003, p.528) que

As amostras selecionadas mediante amostragem aleatória, são representada no quadro abaixo:

Grupo	Tipo de População	Quantidade População (N)	Equivalência em %
I	Professores	33	5,46
II	Alunos	566	93,71
III	Colaboradores (funcionários)	05	0,83
Total	-	604	100,00

Quadro1: Quadro de amostragem aleatória.
Fonte: Pesquisa do autor

Os critérios de exclusão foram:

Para os professores:

- Professores que se recusem a participar da pesquisa por quaisquer motivos;
- Professores contratados a menos de 06 meses, neste caso, tais indivíduos não possuem total conhecimento das ações realizadas pela UniEVANGÉLICA, nos âmbitos social e ambiental.

Para os alunos:

- Acadêmicos que se recusem a participar da pesquisa por quaisquer motivos;
- Acadêmicos de outras instituições que por quaisquer motivos venham participar de projetos realizados pela Instituição e/ou pelo curso.

Para os colaboradores (funcionários):

- Colaboradores (funcionários) que se recusem a participar da pesquisa por quaisquer motivos;
- Colaboradores (funcionários) contratados a menos de 03 meses, neste caso, tais indivíduos ainda estão em período de experiência e não se possui certeza de sua efetivação.

Em suma, este projeto foi submetido ao CEP – Comitê de Ética em Pesquisa da UniEVANGÉLICA Centro Universitário.

RESULTADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

ANÁLISE DOS RESULTADOS - COLABORADORES (FUNCIONÁRIOS)

A respeito do conhecimento do conceito de Responsabilidade social, exatamente 40% dos colaboradores (funcionários) entrevistados relatam saber somente o conceito e suas finalidades, enquanto a maior parte, exatamente 60%, responderam que têm pouco conhecimento a respeito do assunto tratado. Contudo, o resultado presenciado demonstra que a finalidade do termo não está presente a todos. Portanto, o sentido de que a Responsabilidade social aliena-se com a idéia de empresa ou organização, integrando a alta administração e os colaboradores, não é característico, impossibilitando definir o alcance da contribuição dessas ações.

Percebeu-se na pesquisa que 20% dos colaboradores (funcionários) não participam de projetos e ações sociais realizadas pela UniEVANGÉLICA e que, exatamente 60% participam das ações e projetos realizados. Portanto, fica admitido que a maior parte dos colaboradores estão presentes e contribuindo juntamente com organização no alcance dos objetivos instituídos nos projetos e ações, garantindo transparência da organização e a construção de normas, princípios e valores com os *stakeholders*, otimizando a confiança e parceria.

De acordo com o gráfico 3, 20% dos colaboradores (funcionários) entrevistados relataram que as ações realizadas pela UniEVANGÉLICA abrangem uma parcela razoável da sociedade. Entretanto, exatamente 80% dos entrevistados admitiram que as ações são ótimas e beneficiam boa parte da sociedade, ou seja, é notório para os colaboradores que as ações realizadas pela Instituição atende ao público correto e que adequa-se às finalidades de cada projeto social, demonstrando aos observadores o conhecimento e a integração dos funcionários presentes nas atividades.

No que diz respeito ao conceito de desenvolvimento sustentável, 40% dos colaboradores entrevistados descreveram que não têm conhecimento do que vem a ser desenvolvimento sustentável e, 60% relataram que tem conhecimento acerca do assunto. É importante ressaltar mesmo que a maioria dos entrevistados sabem e tem idéia sobre o que é e a importância do desenvolvimento sustentável, que o conceito e a finalidade devem ser amplamente difundidos

entre as pessoas, para que a mesma possa estabelecer uma nova forma de fazer e utilizar as coisas, revitalizando todo o sistema social e organizacional da sociedade e das empresas.

No que tange aos conhecimentos sobre Balanço social, 20% dos colaboradores (funcionários) entrevistados relatam tem pouco conhecimento sobre o assunto. E cerca de 80% descrevem saber o seu conceito e suas finalidades. Sabendo que o Balanço social pelas suas análises auxilia no diagnóstico e na avaliação das práticas de responsabilidade social bem como no entendimento dos usuários da importância das ações que estão sendo executadas, é característico e satisfatório o conhecimento quase pleno dos entrevistados acerca do assunto tratado.

Ao que foi constatado 100% dos colaboradores entrevistados alegam que “sim” é correto e podem ser sugeridos mais projetos e ações de responsabilidade sócio-ambiental. No que tange à importância na realização dessas ações é característico e extremamente importante à UniEVANGÉLICA tal opinião assumida pelos seus funcionários, remetendo dessa forma uma imagem de empresa integrada com os fatores e preocupações relativas à sociedade, ao seu governo e ao meio ambiente que a circunda.

Segundo a análise realizada, 100% dos colaboradores entrevistados constatam que “sim, participariam”, de mais projetos sugeridos a serem realizados pelo UniEVANGÉLICA. Diante desses fatos cabe a empresa integrar e assumir o papel de realizadora dessa verdade constatada, haja vista que já se conhece o interesse na realização e participação por parte dos colaboradores da empresa. Fato este importantíssimo à imagem da empresa, e necessário para demonstrar aos seus demais *stakeholders*.

Foi apresentado que, 100% dos colaboradores da UniEVANGÉLICA entrevistados assumem “sim”, acham necessários a implantação de meios para o monitoramento das ações realizadas pela Instituição. Essas ações de monitoramento trazem a confirmação e o *feedback* necessário dos resultados das inúmeras atividades realizadas pela organização, tratando de todos os aspectos que sejam relevantes à melhoria e/ou reformulação nos projetos, determinando o seu sucesso num todo, ou seja, conhecimento do público real atingido, quantidades de indivíduos participantes, contribuição para os governos e para as empresas próximas e parceiras. Vale ressaltar que essa ação é um importante aspecto a ser apresentado aos *stakeholders* da Instituição.

De acordo a pesquisa realizada, 100% dos colaboradores alegam a necessidade das empresas de realizarem projetos e ações sociais e/ou ambientais. Esse aspecto é característico,

pois assume um papel interventor nessa nova onda de exigências estabelecidas pelo mercado, emergenciando não somente a preparação de indivíduos e governos, mas principalmente as empresas levando-as a se adequarem a este novo paradigma e exigências estabelecidas, gerando competitividade e diferenciação nas relações empresariais, econômicas, financeiras e sociais.

Os colaboradores relataram, em sua totalidade - 100% dos entrevistados – que os projetos sociais e/ou ambientais são importantes para a própria organização, para a sociedade e para o meio ambiente. Contribui a esse fator a verdadeira e dura realidade vista atualmente, onde a globalização cresce desenfreadamente, levando o cenário econômico e organizacional a uma acirrada corrida em busca de lucros e excelências nas suas atividades e relações. Dessa forma, fica distinto os reais beneficiários, e ativadores dessas características.

4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS - PROFESSORES

De acordo com a pesquisa realizada, 4 % dos professores entrevistados acham que os projetos realizados pela UniEVANGÉLICA não abrangem a parcela correta da sociedade. E, 96% assumem que “sim” as atividades realizadas contemplam a parcela correta da sociedade. A esse aspecto é importante ressaltar que não será uma cidade inteira contemplada por uma ação social e/ou ambiental, mas sim um nicho específico e necessitado, que será estabelecido quando, no planejamento do projeto, for instalado o critério básico ou o perfil específico do público a ser atingindo. Isso vem garantir não só a satisfação dos presentes nas atividades, como também todo o resultado esperado na execução dos projetos.

Percebeu-se na pesquisa que 4% dos professores (da Instituição) não participam de projetos e ações sociais realizados pela UniEVANGÉLICA e que, exatamente 96% participam das ações e projetos realizados. Portanto, fica admitido que a maior parte dos professores estão presentes e contribuindo juntamente com organização no alcance dos objetivos instituídos nos projetos e ações, garantindo transparência da organização e a construção de normas, princípios e valores com os *stakeholders*, otimizando a confiança e parceria. Ressalta-se a participação dos professores, pois torna o elo do entendimento do assunto tratado mais fácil entre os acadêmicos, por participar e conhecer internamente a sua atuação e importância.

Ao final do trabalho percebeu-se que 36% dos professores entrevistados relataram que as ações realizadas pela UniEVANGÉLICA abrangem uma parcela razoável da organização.

Entretanto, cerca de 64% dos entrevistados admitiram que as ações são ótimas e beneficiam boa parte da sociedade, ou seja, é notório para os professores que as ações realizadas pela Instituição atende ao público correto e que adequa-se às finalidades de cada projeto social, demonstrando aos observadores o conhecimento e a integração dos professores presentes nas atividades.

Foi revelado nas pesquisas que, 8% dos professores entrevistados alegam “não” ao alcance do desenvolvimento sustentável pelas ações realizadas pela UniEVANGÉLICA. Entretanto 92% dos entrevistados sustentam que “sim”, tais ações ajudam a sociedade e o governo ao alcance do desenvolvimento sustentável. Procurando compreender até onde existe conhecimento, por parte dos entrevistados aos assuntos da pesquisa, é notório que mesmo sendo de abrangência local e numa magnitude inferior, as ações realizadas pela Instituição ajudam de forma plena o desenvolvimento sustentável local, onde reside a conscientização, capacitação e divulgação de aspectos relevantes à importância da sociedade, ao meio ambiente, contribuindo para a erradicação da falta de informação de indivíduos acerca de problemas ambientais e sociais.

No que tange aos conhecimentos sobre Balanço social, 20% dos professores entrevistados relatam que têm pouco conhecimento sobre o assunto. E cerca de 80% descrevem saber o seu conceito e suas finalidades. Sabendo que o Balanço social pelas suas análises auxilia no diagnóstico e na avaliação das práticas de responsabilidade social bem como no entendimento dos usuários da importância das ações que estão sendo executadas, é característico e satisfatório o conhecimento quase pleno dos entrevistados acerca do assunto tratado.

Ao que foi constatado na pesquisa, 88% dos professores entrevistados alegam que “sim” é correto e podem ser sugeridos mais projetos e ações de responsabilidade sócio-ambiental. No que tange à importância na realização dessas ações é característico e extremamente importante às organizações, tal opinião assumida pelos professores, uma vez que seja importante a opinião assumida por esse profissional engrandecendo a sua própria profissão e capacitando-se diante das exigências das universidades e de seus alunos.

Segundo a análise apresentada, na pesquisa realizada com professores da Instituição, cerca de 96% dos entrevistados constatam que “sim, participariam”, de mais projetos sugeridos e realizados pelo UniEVANGÉLICA. Diante desses fatos é relevante ressaltar a importância da presença dos professores em tais ações, onde já sabemos que isto se torna essencial e crucial ao seu próprio aprendizado e também é um fator contribuinte para os alunos.

Ao término da pesquisa, 24% dos professores da UniEVANGÉLICA entrevistados assumem “não”, não acham necessários a implantação de meios para o monitoramento das ações realizadas pela Instituição. Entretanto, 76 % evidenciam que “sim”, acham necessários a implantação de tais meios para monitoramento. Essas ações trazem a confirmação e o *feedback* necessário dos resultados das inúmeras atividades realizadas pela organização, tratando de todos os aspectos que sejam relevantes à melhoria e/ou reformulação nos projetos, determinando o seu sucesso num todo, ou seja, conhecimento do público real atingido, quantidades de indivíduos participantes, contribuição para os governos e para as empresas próximas e parceiras. Vale ressaltar que essa ação é um importante aspecto a ser apresentado aos *stakeholders* da Instituição.

De acordo com os resultados dos questionários e a sua tabulação, 24% dos professores entrevistados alegam que não é necessário às empresas a realização de projetos sociais e/ou ambientais. Contudo 76% dos entrevistados assume que “sim” existe a necessidade das empresas realizarem projetos e ações sociais e/ou ambientais. Esse aspecto é característico, pois assume um papel interventor nessa nova demanda de exigências estabelecidas pelo mercado, emergenciando não somente a preparação de indivíduos e governos, mas principalmente as empresas levando-as a se adequarem a este novo paradigma e exigências estabelecidas, gerando competitividade e diferenciação nas relações empresariais, econômicas, financeiras e sociais.

Os professores relataram, com 24% dos entrevistados – que os projetos sociais e/ou ambientais são importantes somente para a empresas e, 76% assumiram que as ações realizadas são importante não somente para a própria organização como também para a sociedade e o meio ambiente. Contribui a esse fator a verdadeira e dura realidade vista atualmente, onde a globalização cresce desenfreadamente, levando o cenário econômico e organizacional a uma acirrada corrida em busca de lucros e excelências nas suas atividades e relações. Dessa forma, fica distinto os reais beneficiários, e ativadores dessas características.

4.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS – ACADÊMICOS

A respeito do conhecimento do conceito de Responsabilidade social, aproximadamente 31,76% dos acadêmicos da Instituição entrevistados relatam ter pouco conhecimento a respeito do assunto tratado, enquanto a maior parte, aproximadamente 64,71%, responderam saber somente o conceito e as finalidades do assunto. Contudo, o resultado presenciado demonstra que

por ser um tema presente, nos últimos anos na vida das pessoas, é relato que todos saibam o seu conceito e sua finalidades. Portanto, é importante esse conhecimento por parte dos alunos haja vista que no decorrer de suas tarefas e funções nas empresas estarão presente com o tema, suas ações e exigências, podendo dessa forma integrar toda a organização a fim de atingir as expectativas de seus acionistas e todos seus *stakeholders*.

Percebeu-se na pesquisa que 41,18% dos acadêmicos participam de projetos e ações sociais realizadas pela UniEVANGÉLICA e que, aproximadamente 58,82%, não participam das ações e projetos realizados. Portanto, fica claro que não existindo em maior parte a integração dos acadêmicos, torna-se difícil a preparação de um profissional com uma visão mais ampla da sociedade e do modelo em que ele está envolvido. Dessa forma, também presencia-se a não integração satisfatória da organização com os seus *stakeholders*.

De acordo com as pesquisas, 47,06% dos acadêmicos entrevistados relataram que as ações realizadas pela UniEVANGÉLICA abrangem uma parcela boa da sociedade. Entretanto, cerca de 50,59% dos entrevistados admitiram que as ações são razoáveis, beneficiando uma parcela pequena da sociedade. Diante dos resultados, percebe-se que para os acadêmicos os projetos realizados não estão abrangendo ao público e à parcela correta, assegurando dessa forma a não satisfação dos objetivos das diversas atividades realizadas pela Instituição, isto sob a ótica dos próprios acadêmicos.

No que diz respeito ao conceito de desenvolvimento sustentável, 27,06% dos acadêmicos entrevistados descreveram que não têm conhecimento do que vem a ser desenvolvimento sustentável e, 72,94% relataram que tem conhecimento acerca do assunto. É importante ressaltar mesmo que a maioria dos entrevistados sabem e tem idéia sobre o que é e a importância do desenvolvimento sustentável, que o conceito e a finalidade devem ser amplamente difundidos entre as pessoas, para que a mesma possa estabelecer uma nova forma de fazer e utilizar as coisas, revitalizando todo o sistema social e organizacional da sociedade e das empresas. Nesse contexto, esse aspecto torna-se mais importante entre os acadêmicos, pois é essencial à sua qualificação tanto acadêmica quanto humana, passando a planejar em qualquer estágio da vida profissional e social as suas necessidades própria sem comprometer os recursos para as necessidades das futuras gerações.

No que tange aos conhecimentos sobre Balanço social, 23,53% dos acadêmicos (alunos) entrevistados relatam que não sabem nada sobre o assunto. Concomitantemente, 36,47% mostram

nos resultados que tem conhecimento do conceito e suas finalidade. E, portanto a parte maior, cerca de 40% descrevem ter pouco conhecimento sobre Balanço social. Sabendo que o Balanço social pelas suas análises auxilia no diagnóstico e na avaliação das práticas de responsabilidade social bem como no entendimento dos usuários da importância das ações que estão sendo executadas, é característico e satisfatório que se tenha no meio acadêmico o conhecimento quase pleno das finalidades e do que vem a ser Balanço social, haja vista está se tornando um aspecto crescente a ser realizado pela organização e exigido pelos órgão competentes.

Ao que foi constatado no final das análises, 96,47% dos acadêmicos entrevistados alegam que “sim” é correto e podem ser sugerido mais projetos e ações de responsabilidade sócio-ambiental. No que tange à importância na realização dessas ações é característico e extremamente importante às organizações, tal opinião assumida pelos seus acadêmicos, remetendo uma imagem de futuros profissionais preocupados e assumido na realização das atividades de cunho sócio-ambiental, beneficiando dessa forma todo o contexto envolvido e que vem a ser também beneficiado pelas ações.

Na pesquisa realizada com os acadêmicos a respeito da participação em mais projetos realizados pela Instituição, percebeu-se que 18,82% dos alunos optam por não participar e, a maioria cerca de 81,18% assumem sim participar em projetos realizados pela UniEVANGÉLICA. Diante dos resultados é esclarecido a vontade e preocupação dos acadêmicos em estar presenciando e participando de atividades e ações que, porventura, passam a contribuir para o aumento da carga de conhecimentos dos acadêmicos, transformando o pensamento e delimitando um profissional com perfil humanista e preocupado não somente com o sucesso da organização onde esteja presente mas também com todo o meio que a circunda e dela estabelece as suas necessidades e exigências.

Foi apresentado nas pesquisas que, 8,24% dos acadêmicos da UniEVANGÉLICA entrevistados assumem “não”, não acham necessários a implantação de meios para o monitoramento das ações realizadas pela Instituição. Entretanto, 91,76 % evidenciam que “sim”, acham necessários a implantação de tais meios para monitoramento. Essa ações trazem a confirmação e o *feedback* necessário dos resultados das inúmeras atividades realizadas pela organização, tratando de todos os aspectos que sejam relevantes à melhoria e/ou reformulação nos projetos, determinando o seu sucesso num todo, ou seja, conhecimento do público real atingido, quantidades de indivíduos participantes, contribuição para os governos e para as

empresas próximas e parceiras. Vale ressaltar que essa ação é um importante aspecto a ser apresentado aos *stakeholders* da Instituição.

De acordo com os resultados das tabulações, 2,35% dos acadêmicos entrevistados alegam que não é necessário às empresas a realização de projetos sociais e/ou ambientais. Contudo 97,65% dos entrevistados assumem que “sim”, existe a necessidade das empresas de realizarem projetos e ações sociais e/ou ambientais. Esse aspecto é característico, pois assume um papel interventor nessa demanda onde de exigências estabelecidas pelo mercado, emergenciando não somente a preparação de indivíduos e governos, mas principalmente as empresas levando-as a se adequarem a este novo paradigma e exigências estabelecidas, gerando competitividade e diferenciação nas relações empresariais, econômicas, financeiras e sociais.

Os acadêmicos relataram, com 2,35% dos entrevistados – que os projetos sociais e/ou ambientais são importantes somente para a empresa e, 96,47% assumiram que as ações realizadas são importante não somente para a própria organização como também para a sociedade e o meio ambiente. Através dos resultados apresentados fica constatado que os acadêmicos do curso de Administração estão conscientes da importância das ações sociais e também dos reais beneficiários do sucesso dessas atividades.

CONCLUSÕES E SUGESTÕES

Como característica do ser humano - que busca promover a forma que uma pessoa ou sociedade possa vir a agir - todas as ações destinadas ao conhecimento e à preparação dos mesmos atendem a um sentido único, demonstrar e tentar mudar a maneira como as pessoas tratam a sua própria civilização e seu meio ambiente. A esse aspecto atribui-se todas as recomendações impostas pelas organizações não-governamentais e pelos governos que se preocupam em instituir um sistema social e político no qual os indivíduos possam, eles mesmos, promover a proteção, o cuidado e a continuidade das relações solidárias entre as pessoas como também a manifestação máxima na proteção do meio em que estão presentes.

Percebendo-se a presença nas organizações e nas sociedades, do conhecimento dos indivíduos (clientes, parceiros, colaboradores) a respeito do que uma organização ou um governo pode fazer e construir, baseando-se em ações éticas e de mútua satisfação, este trabalho procurou

demonstrar na UniEVANGÉLICA, o nível de conhecimento e participação dos acadêmicos, colaboradores (funcionários) e professores nas ações e atividades realizadas pela instituição, no que tange a atender às necessidades da sociedade. Logo, é notável que trata-se não de uma forma coercitiva na realização de projetos sociais pelas empresas. Deve-se ambientalizar os acadêmicos nas universidades, com os conceitos de responsabilidade social; com a importância para o próprio negócio como também para todo o sistema do qual ele mesmo participa, contribui e é beneficiado, ou seja, nas relações comerciais e sociais de hoje todos os *stakeholders* são importantes, presenciam e necessitam dessas ações para garantir um consenso na utilização e no fornecimento de produtos, bens e insumos. A esse aspecto que será crescente pelas pessoas, organizações e pelo próprio mercado, fica aparente às universidades ambientalizar não somente os alunos, mas também professores e principalmente seus colaboradores (funcionários) haja vista que elas participam do desenvolvimento e do acesso desses indivíduos à construção da cidadania aliada a uma sociedade justa e com desenvolvimento.

Como parecer compreendemos, numa visão ampla da situação, que em um determinado órgão seja esta empresa, governo e/ou universidade deve haver no ambiente uma contribuição de todos os componentes, mesmo sabendo o real papel das organizações educacionais, as quais possuem seus objetivos primordiais alienados com a formação de indivíduos preocupados com os interesses e as necessidades da sociedade.

Entretanto, essa contribuição não deve ser forçada, ou seja, as pessoas presentes nas ações sociais devem por sua vontade estar também envolvidas nas atividades, criando neste momento uma cultura geradora de valores que beneficiam e demonstram a imagem de indivíduos e empresas construtoras de uma sociedade realista comprometida com o apoio mútuo de todos os seus membros em prol de um desenvolvimento sustentável característico a ela e presente para garantir o futuro das pessoas.

Ao passo do conhecimento da constante necessidade das empresas, organizações e dos governos em instituir projetos e ações de responsabilidade social, fica evidente uma necessidade que até o presente momento é pouco realizada ou pouco divulgada pelas empresas. A esta necessidade apresenta-se o monitoramento e a avaliação dos projetos e ações de responsabilidade social e ambiental realizadas pelas instituições e pela própria analisada – a UniEVANGÉLICA. Entretanto, a proposta que será sugerida adiante não pode ser estabelecida para qualquer empresa a um primeiro momento. Ela deve ser instituída de tal forma que se cõngrua os objetivos da

organização, de acordo com as necessidades e metas estabelecidas, satisfazendo o alcance das contribuições dos projetos.

Para a avaliação e o monitoramento dos projetos e ações realizados pela Instituição, sugere-se o modelo usado por Borba³ (2004, apud Chianca 2001) que recomenda a utilização de etapas no processo, representadas pelo planejamento, execução, análise e divulgação dos resultados obtidos na avaliação:

- O planejamento:
 - Estudo da viabilidade: determinação dos interessados, quem deve conduzir, como selecionar os avaliadores, o porquê e quando avaliar;
 - Esclarecimento de objetivos da avaliação e análise do contexto político envolvido (relações de poder, interesses);
 - Identificação e seleção de perguntas avaliativas;
 - Identificação de indicadores: índices relacionados às perguntas avaliativas;
 - Seleção de fontes e métodos de informação: determinação de amostras, métodos de análise de dados e determinação de forma de comunicação dos resultados obtidos na avaliação.
- A execução da avaliação:
 - Atentar para aspectos políticos e éticos durante a avaliação: não se deve permitir que valores individuais e interesses influenciem a avaliação;
 - Coleta de dados: sempre testar os instrumentos de coleta, capacitar profissionais que coletam os dados, fazer cópia dos dados coletados, checar dados anotados. Focar a simplicidade, buscar sempre incluir mais de uma fonte de informação e método de coleta de dados no estudo, procurar combinar métodos qualitativos e quantitativos. Quanto aos métodos, procurar combinar os seguintes métodos: análise de documentos;

³ O modelo proposto no projeto foi citado no trabalho intitulado **Monitoramento e avaliação de programas e projetos sociais – Desenvolvimento de um plano de avaliação**, apresentado no VII Semead - Seminários em Administração FEA-USP, sob a autoria de Paulo da Rocha Ferreira Borba, Mário Luís Farah, Maria Cristina Lopes Fedato, Marco Antonio Figueiredo Milani Filho e João Teixeira Pires. Também pode ser encontrado no Livro - **Desenvolvendo a cultura da avaliação em organizações da sociedade civil** - de Thomaz Chianca, Eduardo Marino e Laura Schiesari. O livro reúne conceitos e instrumentos voltados ao desenvolvimento e fortalecimento da cultura da avaliação nas organizações do terceiro setor, incluindo bases conceituais, noções gerais das diferentes abordagens quanto a este tema e princípios para a sua eficácia.

observação; questionários; entrevistas individuais; entrevistas por telefone; entrevistas em grupo – foco.

- Análise de resultados:
 - A fase de análise envolve o manuseio e interpretação de dados quantitativos (frequências, médias, desvios-padrão, quantidades), e dados qualitativos (agrupamento de respostas em categorias, análises de campo).
- Divulgação e utilização dos resultados:
 - Elaboração de resultados para cada público de interesse envolvido no processo;
 - Os constituintes principais dos relatórios de avaliação são: resumo executivo; introdução; descrição do foco de avaliação; metodologia; resultados; conclusões recomendações; anexos.
 - Avaliação da avaliação: análise crítica do processo de avaliação, analisando pontos fortes, dificuldades e pontos a melhorar no processo como um todo.

No intuito de garantir uma melhor relação no uso dos recursos fornecidos pelas organizações e também demonstrar a efetividade dos projetos e ações sócio-ambientais, este projeto assegura uma maior clareza no entendimento e na realização dos objetivos da organização em consonância com os objetivos dos projetos, iniciando um sistema de aprendizagem, monitoramento e avaliação contínua gerando controle nas ações e o aprimoramento e amadurecimento dos indivíduos e empresas.

REFERÊNCIAS

AMOROSO, Sérgio. **Responsabilidade social**. Barueri, São Paulo, 1998. Disponível em: <<http://www.fundacaoorsa.org.br>> Acesso em: 24/05/07.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BORBA, Paulo da Rocha Ferreira. FARAH, Mário Luís et al (orgs.). Monitoramento e avaliação

de programas e projetos sociais – desenvolvimento de um plano de avaliação. In: VII Semead Seminários em Administração, 2004. São Paulo. **Anais...** São Paulo: Departamento de Administração FEA-USP, 2004. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Terceiro%20Setor/TS03_Monitoramento_e_Avalia%E7%E3o_de_Proj_Sociais.PDF> Acesso em: 13/11/2007.

CAETANO, Gilberto. **Responsabilidade Social e Meio Ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CUNHA, Sandra Baptista da. GUERRA, Antonio José Teixeira. **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 2º ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental: Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos Negócios**. São Paulo: Atlas, 2007.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **O Melhor de Peter Drucker: o homem, a administração e a sociedade**. São Paulo: Nobel, 2001.

FERREIRA, Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Escolar da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

GOMIERO, Fernando. Responsabilidade Social: Uma questão de Sobrevivência. **Revista Brasileira de Administração**. Brasília, ano XI, n.35, p.20-21, dez.2001.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul Ltda, 1999.

LEFF, Henrique. **Saber Ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. 4.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MARQUES, Sônia Mara. Maximizando o valor da empresa através da Ética e Responsabilidade Social. **Revista Brasileira de Administração**. Brasília, ano XI, n.35, p.26-31, dez.2001.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Empresas e Responsabilidade Social. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Computação, 2002. Salvador. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002. 04 e 05 set. 2002.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografia, dissertações teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica: para alunos dos cursos de Graduação e Pós-Graduação**. 2º ed. São Paulo: Loyola, 2002.

ROBLES Jr., Antonio. **Gestão da qualidade e do meio ambiente: enfoque econômico, financeiro e patrimonial**. São Paulo: Atlas, 2005.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bedrnadini. **Iso 14001 Sistema de Gestão Ambiental**: implantação objetiva e econômica. 3º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SOBRINHO, Olímpio Ferreira. **Sob as Luzes do Milênio**. Anápolis: Gráfica e Editora Garcia, 2002.

VALLAEYS, François. Que significa Responsabilidade Social Universitária? **Revista da Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior**. Brasília, ano 24, n.36, p.35-55, jun.2006.

ZORDANI, Umberto G. TAIOLI, Fábio. A terra, a humanidade e o desenvolvimento sustentável. In: TEIXEIRA, Wilson et al (orgs.). **Decifrando a terra**. São Paulo: Oficinas de Textos, 2003.