AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E DE SUSTENTABILIDADE: Análise dos dados da filial Itajaí do Instituto Unimed Santa Catarina.

Maria Angelica de Moraes Assumpção Pimenta[1]; Gustavo Gobbo[2]; Silvana Anita Walter[3]

RESUMO

O objetivo deste estudo é verificar como são desenvolvidas as práticas de sustentabilidade e de Responsabilidade Social que estão sendo empreendidas em uma cooperativa de serviços de saúde localizada no município de Itajaí/SC. O delineamento da pesquisa se deu por meio do estudo de caso. A metodologia utilizou como fonte empírica uma entrevista semi estruturada aplicada Os casos foram analisados pelo software alemão com sistema de análise qualitativa de dados denominado Atlas.ti® versão 5.0, onde trechos de informações relevantes da entrevista foram destacados, baseado em alguns conceitos de Melo Neto & Fróes (2004) que identificavam ações de Responsabilidade Social Corporativa. A proposição central da análise buscou identificar as práticas de sustentabilidade e de responsabilidade sociais que são adotadas pela empresa; descrever as práticas, caracterizando suas aplicações na organização; e apresentar as iniciativas que estão sendo mais utilizadas. Os resultados colocam em questão o entendimento da responsabilidade social empresarial para as cooperativas.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Ações de Responsabilidade Social Corporativa. Sustentabilidade. Práticas de Sustentabilidade.

ABSTRACT

The aim of this study is to see how the practices are designed for sustainability and social responsibility being undertaken by a cooperative of health services in the municipality of Itajaí / SC. The research design was done through the case study. The methodology used as an empirical source semi-structured interviews were applied to cases analyzed by the German software system with qualitative data analysis called Atlas.ti® version 5.0, where snippets of relevant information from the interview were highlighted, based on some concepts Melo Neto and Froes (2004) that identified actions of Corporate Social Responsibility. The central proposition of the analysis sought to identify the practices of sustainability and social responsibility that are adopted by the company, describing the practices, characterizing their applications in the organization, and present the initiatives that are being used more often. The results call into question the understanding of corporate social responsibility for cooperatives.

Keywords: Social Responsibility. Shares of Corporate Social Responsibility. Sustainability. Sustainability Practices.

1 Mestranda em Administração - FURB; angelica@ifc-camboriu.edu.br
2 Mestrando em Administração – FURB; gustavo@ifc-sombrio.edu.br
3 Prof ªDoutora em Administração - FURB; silvanaanita.walter@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A responsabilidade social implica a prática do engajamento da empresa com seu público realizando mudanças e avanços em relação às suas práticas. A responsabilidade social é tida como uma estratégia para o negócio, onde a empresa executa práticas além de sua obrigação legal. Um número cada vez maior de empresas vem admitindo responsabilidades que transcendem as exigidas por leis e regulamentos.

Algumas empresas estão sendo chamadas à responsabilidade por terem se equivocado nas suas atividades, tendo que corrigir sua conduta através de ações pertinentes ao desenvolvimento sustentável, buscando ferramentas e técnicas efetivas para a gestão do negócio com filosofias para sua gestão e à responsabilidade social empresarial.

As empresas, além da responsabilidade social devem observar à ética nos negócios. Pois para se ter uma gestão social orientada é necessário construir diretrizes transparentes com o público em geral, estabelecendo metas, respeitando e preservando os recursos naturais, devendo buscar métodos eficazes para o gerenciamento de seus negócios, de forma que o mesmo seja rentável não apenas financeiramente mas também socialmente.

As praticas de Responsabilidade Social Corporativa tem sido cada vez mais evidenciadas nas organizações brasileiras, essas praticas contribuem significativamente para a promoção do bem-estar da comunidade, tanto interna como externa, assim como, promovem um diferencial competitivo para as organizações.

Para o Instituto ETHOS, responsabilidade social empresarial está relacionada com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-se nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios.

De um modo mais simples, podemos dizer que a ética nos negócios ocorre quando as decisões de interesse de determinada empresa também respeitam o direito, os valores e os interesses de todos aqueles que, de uma forma ou de outra, são por elas afetados.

Baseada nessas considerações este estudo se propôs a responder ao seguinte questionamento: Como são desenvolvidas as práticas de sustentabilidade e responsabilidade social em uma organização de serviços de saúde e qual sua origem?

Para atender a este questionamento o presente estudo teve como objetivo principal verificar como são desenvolvidas as práticas de Sustentabilidade e de Responsabilidade Social que estão sendo aplicadas em uma cooperativa de serviços de saúde e qual sua origem.

Como objetivos específicos buscou-se identificar as práticas de sustentabilidade e de responsabilidade sociais que são adotadas pela empresa; descrever as práticas, caracterizando suas aplicações na organização; e apresentar as iniciativas que estão sendo mais utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Conforme Melo Neto e Fróes (2004, p29), as ações sociais podem ser diversificadas, relacionando áreas de trabalho e emprego, cidadania, justiça, entre outras; bem como, contemplar apenas cada uma dessas áreas, separadamente. Os autores consideram ainda que possam ser desenvolvidas de duas formas distintas: por projetos sociais que “são empreendimentos voltados para a busca de soluções de problemas sociais que afligem populações ou grupos sociais numerosos ou em situações de alto risco”; ou por ações comunitárias que “correspondem à participação da empresa em programas e campanhas sociais realizadas pelo governo, entidades filantrópicas e comunidades ou por ambas”.

A responsabilidade social corporativa (RSC) compreende ações voltadas para a sociedade, tratamento adequado aos funcionários e bom relacionamento com clientes e fornecedores. Essas ações exigem periodicidade, método e sistematização e, principalmente,

gerenciamento efetivo. O que se busca é a auto sustentabilidade das grandes e pequenas comunidades. É uma necessidade mais da organização que da própria sociedade. Isso porque a consciência social dos empresários nada mais é do que o reconhecimento de que os problemas sociais, baixo poder aquisitivo da população, sistema educacional deficiente e violência, dentre outros, atrapalham o desenvolvimento dos seus negócios. (MELO NETO & FROES, 2004).

Diante do exposto, percebe-se que são inúmeras as visões a respeito do conceito de responsabilidade social. Para a organização, o importante consiste em definir o seu foco de atuação, a sua estratégia de ação e o seu papel principal, partindo desses três elementos, então, estabelecer a sua visão de responsabilidade social (MELO NETO & FRÓES, 2004, p42).

De acordo com Melo Neto e Fróes (2004, p.39), algumas concepções expressam o modo como a Responsabilidade social nas empresas tem sido entendida.

- como atitude e comportamento empresarial ético e responsável. Nessa abordagem, o que prevalece é a "responsabilidade ética", ou seja, a empresa tem o dever e o compromisso de assumir uma atitude transparente, responsável e ética em suas relações com seus diversos públicos-alvo;
- como um conjunto de valores. Reúne um conjunto de valores não apenas éticos, mas outros conceitos que lhe conferem sustentabilidade, tais como, auto-estima dos empregados, desenvolvimento social e outros;
- como postura estratégica empresarial. centrada na valorização do negócio, no que diz respeito a faturamento, vendas e market-share, gerando retorno positivo;
- como estratégia de relacionamento. O foco está na melhoria da qualidade de relacionamento com seus diversos públicos alvo, entendendo a Responsabilidade social como estratégia de marketing de relacionamento em especial com clientes, fornecedores e distribuidores;
- como estratégia de marketing institucional. Nessa concepção, o objetivo da empresa é desenvolver ações direcionadas para a melhoria da imagem institucional da organização;
- como estratégia de valorização das ações da empresa, agregando valor. Parte do valor de mercado de uma empresa depende de sua reputação no mercado;
- como estratégia de recursos humanos. Cujo objetivo é garantir satisfação dos empregados, motivar seus principais talentos e aumentar a produtividade;
- como estratégia de valorização de produtos e serviços. O objetivo não está apenas em atestar qualidade de produtos e serviços, mas em conferir status de empresa socialmente correta;
- como estratégia social de inserção na comunidade. Busca melhorar suas relações com a comunidade e a sociedade e também define novas formas de continuar nelas inserida;
- como estratégia social de desenvolvimento da comunidade. Assume papel de agente de desenvolvimento local, em conjunto com outras entidades comunitárias e o governo;
- como promotora da cidadania individual e coletiva. Auxiliando seus empregados a tornarem-se verdadeiros cidadãos e contribuindo para a promoção da cidadania na sociedade e na comunidade;
- como exercício da consciência ecológica. Vista como responsabilidade ambiental, investindo em programas de educação e preservação do meio ambiente, tornando-se difusora de valores e práticas ambientalistas;
- como exercício da capacitação profissional. Refere-se diretamente à capacitação dos membros da comunidade e empregados da própria empresa;
- como estratégia de integração social. Parte do pressuposto de que o maior desafio é o de criar condições para atingir a efetiva inclusão social no país.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo foi realizado na filial de Itajaí do Instituto Unimed Santa Catarina, localizada na cidade de Itajaí - Santa Catarina.

O Instituto Unimed Santa Catarina é uma instituição sem fins lucrativos, que tem como finalidade principal o estímulo e a promoção de iniciativas e trabalhos de caráter educacional, cultural, social, ambiental e de pesquisa e desenvolvimento na área da saúde. Constituída aos 28 dias do mês de novembro do ano de 2009 pelo Sistema Unimed de Santa Catarina, o Instituto representa todas as Singulares do Estado e possui além da matriz (Federação das Unimeds de SC) mais 16 filiais até o momento. Sua sede administrativa esta instalada em Joinville, porém conta com unidades independentes de trabalho, dentre elas, a Unimed Litoral - Cooperativa de Trabalho Médico da Região da Foz do Rio Itajaí Açú.

O Instituto Unimed Santa Catarina foi criado com a função de realizar e incentivar práticas efetivas e sustentáveis que agreguem valor à Unimed. A escolha dessa instituição se deu intencionalmente, devido à mesma atuar como prestadora de serviços de saúde na região.

Para melhor atender aos objetivos propostos nesse estudo optou-se por uma pesquisa qualitativa que, de acordo com Godoy (1995) tem o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como um instrumento fundamental para a pesquisa. Godoy (1995) afirma que o sentido que as pessoas dão às coisas e à vida constituem a preocupação essencial do pesquisador.

O delineamento da pesquisa se deu por meio do estudo de caso. Na concepção de Godoy (1995), o estudo de caso tem se tornado a estratégia preferida quando os pesquisadores procuram responder às questões "como" e "por que" certos fenômenos ocorrem, quando existe pouca possibilidade de controlar os eventos estudados e quando o foco de interesse é sobre fenômenos atuais, que só poderão ser analisados dentro de algum contexto de vida atual.

Para obtenção dos dados para análise, foi realizada uma entrevista semi-estruturada com a Analista de Responsabilidade Social da empresa, constituída por perguntas abertas, baseadas em um roteiro previamente estabelecido, de acordo com os objetivos propostos do estudo e de modo que, a entrevistada pudesse discorrer sobre o tema proposto. A entrevista foi realizada no dia 05 de maio de 2011 e teve uma duração de 59 minutos. Tendo sido devidamente gravada e transcrita. A transcrição da entrevista foi introduzida no programa Atlas.ti®, para uma análise qualitativa de conteúdo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A entrevista foi realizada com a Analista de Responsabilidade Social da Unimed Litoral, responsável pela Gestão da filial de Itajaí do Instituto Unimed SC. A entrevista foi transcrita e codificada baseada em alguns conceitos de Melo Neto e Fróes (2004).

Os casos foram analisados pelo software alemão com sistema de análise qualitativa de dados denominado Atlas.ti® versão 5.0, onde trechos de informações relevantes da entrevista que identificavam ações de Responsabilidade Social Corporativa foram destacados.

Determinou-se uma codificação baseada nas concepções de responsabilidade social demonstradas por Melo Neto e Fróes. Os códigos gerados foram os seguintes:

1) Estratégia social de inserção e desenvolvimento da comunidade: papel de agente de desenvolvimento local. Melhorar suas relações com a comunidade e a sociedade. Promotora da cidadania individual e coletiva - contribui para a promoção da cidadania na sociedade e na comunidade. Integração social - criar condições para atingir a efetiva inclusão social no país.

2) Comportamento ético e valores: assumir uma atitude transparente, responsável e ética em suas relações, auto-estima dos empregados, desenvolvimento social e outros.

3) Estratégia empresarial: Retorno positivo. Valorização das ações da empresa- valor de mercado depende de sua reputação no mercado. Valorização de produtos e/ou serviços - conferir status de empresa socialmente correta. Marketing institucional - melhoria da imagem institucional da organização.

4) Estratégia de recursos humanos e consciência ecológica: satisfação dos empregados, motivação de talentos. Capacitação profissional - capacitação dos membros da comunidade e empregados da própria empresa. Marketing de relacionamento- Melhoria da qualidade de relacionamento com seus diversos públicos alvo.

5) Consciência ecológica: responsabilidade ambiental da empresa.

Estratégia social de inserção e desenvolvimento da comunidade

O objetivo da empresa é melhorar suas relações com a comunidade e a sociedade. Para Melo Neto e Fróes (2004) neste aspecto a empresa busca melhorar suas relações com a comunidade e a sociedade e também define novas formas de continuar nelas inserida. Assume papel de agente de desenvolvimento local, em conjunto com outras entidades comunitárias e o governo. Promover a cidadania individual e coletiva.

Na figura 01 é demonstrado um exemplo de codificação voltado ao estratégia social de inserção e desenvolvimento da comunidade.

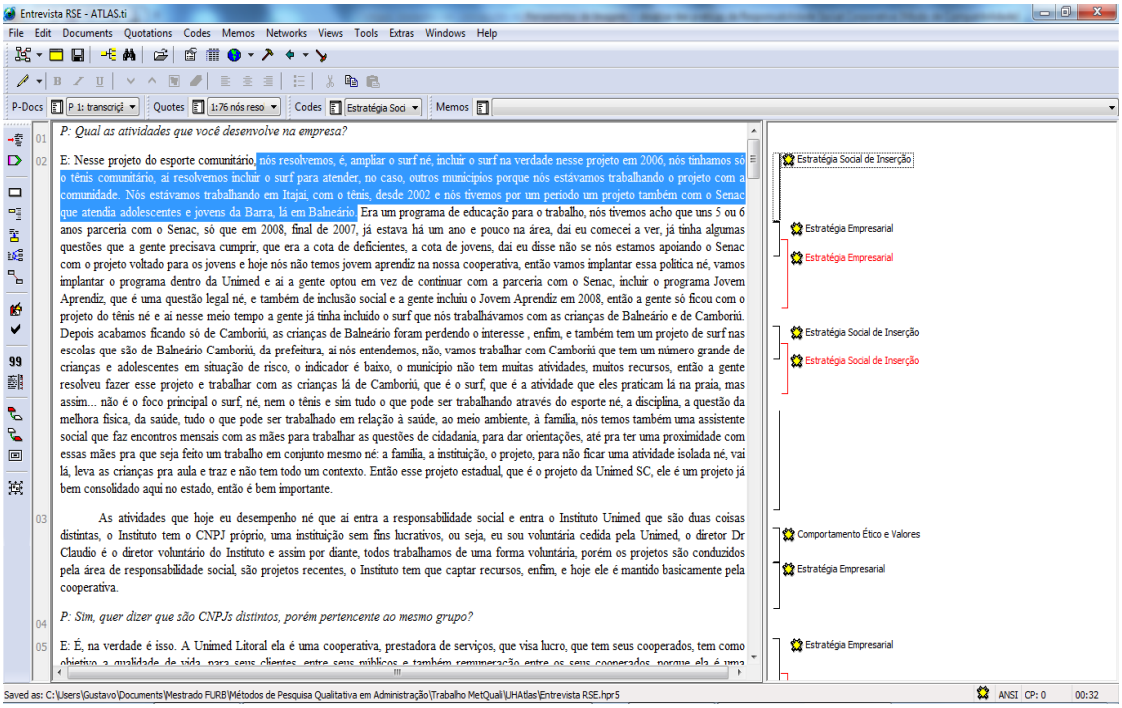

Figura 01 – codificação da entrevista pela categoria estratégia social de inserção.

Na figura 02 está apresentada a representação gráfica realizada por meio de teias demonstrando todos os trechos das entrevistas classificadas com a codificação da estratégia social de inserção e desenvolvimento da comunidade.

Na empresa visualiza-se a contribuição para a promoção da cidadania na sociedade e na comunidade. A empresa demonstra integração social ao criar condições para atingir a efetiva inclusão social na população que atende. Através da entrevista pode–se constatar que a filial de Itajaí do Instituto Unimed desenvolve vários projetos dentro da área de Responsabilidade Social. Dos projetos desenvolvidos na empresa, atualmente, destacam-se o

esporte comunitário, desenvolvido desde 2002, e a escola de Surf Comunitário, que começou em maio de 2006.

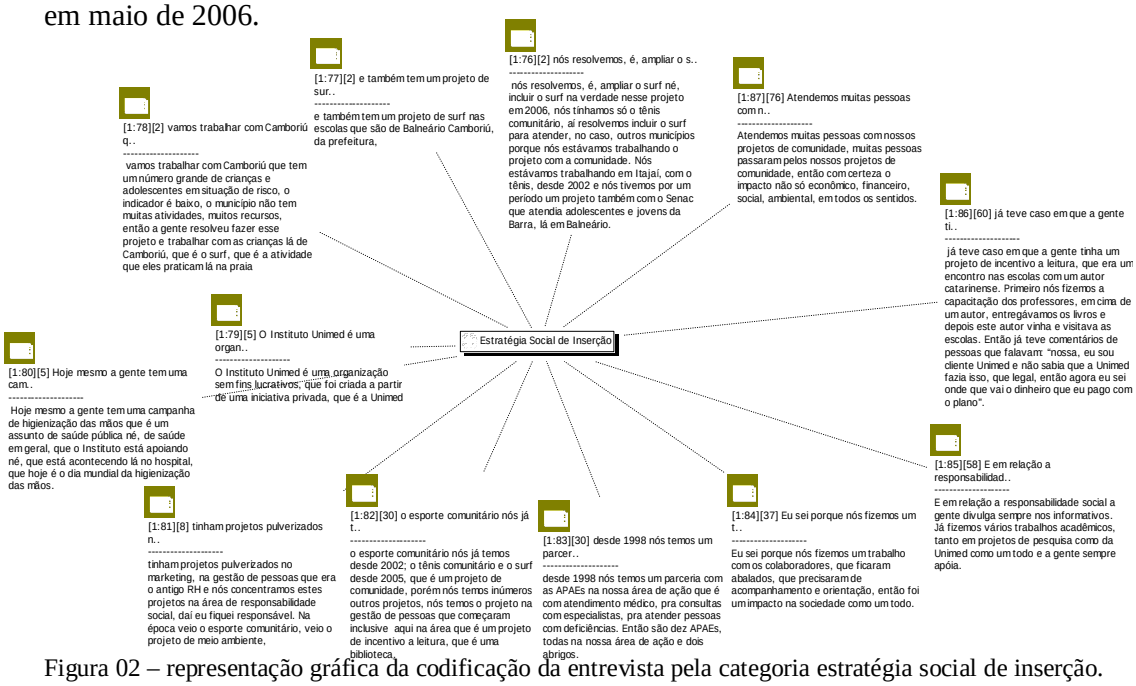

Figura 02 – representação gráfica da codificação da entrevista pela categoria estratégia social de inserção.

Estratégica empresarial

Na codificação para estratégia empresarial buscou-se analisar os trechos da entrevista que apresentavam uma valorização das ações da empresa. Para Melo Neto e Fróes (2004) é uma estratégia onde o valor de mercado depende de sua reputação no mercado. Ocorre a valorização de produtos e/ou serviços - confere status de empresa socialmente correta.

Conforme Melo Neto e Fróes (2004), como estratégia de *marketing* institucional o objetivo da empresa é desenvolver ações direcionadas para a melhoria da imagem institucional da organização; vem a melhorar o marketing institucional com o incremento da imagem institucional da organização.

Na figura 03 é apresentado uma das codificações feitas para estratégia empresarial.

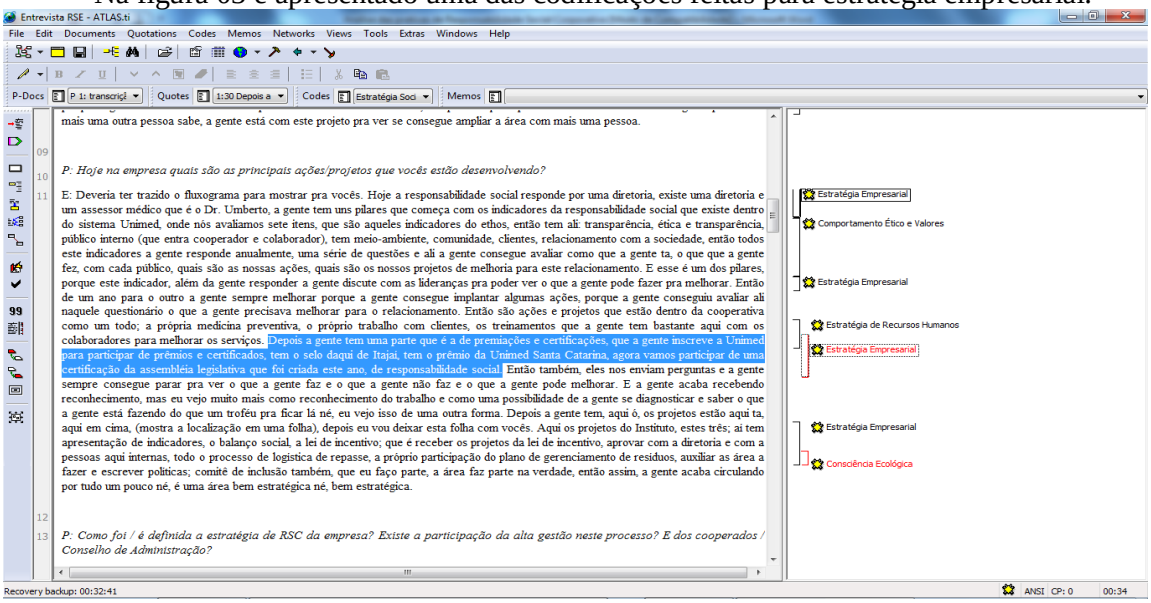

Figura 03 – codificação da entrevista pela categoria estratégia empresarial.

Para melhor representar esta codificação está apresentada na figura 04 uma representação gráfica que demonstra as ações voltadas para a estratégia empresarial realizadas por esta empresa.

Percebe-se que existem algumas ações relativas à responsabilidade social, contudo essas ações eram pontuais e em áreas distintas da empresa. Com relação à estratégia de responsabilidade social da Unimed, constatou-se que esta é definida pela Alta Gestão (Diretor-Presidente).

Essa estrutura foi uma iniciativa da Diretoria, porque já havia um forte movimento dentro do sistema da Cooperativa para que a Responsabilidade Social. Além disso, a responsabilidade social faz parte do planejamento estratégico da empresa.

Outra análise é quanto à instalação de equipamentos de última geração com o intuito de agradar e reter a clientela. Assim como a utilização do método de realizar reuniões com colaboradores e clientes com o intuito de apresentar as ações realizadas pela empresa.

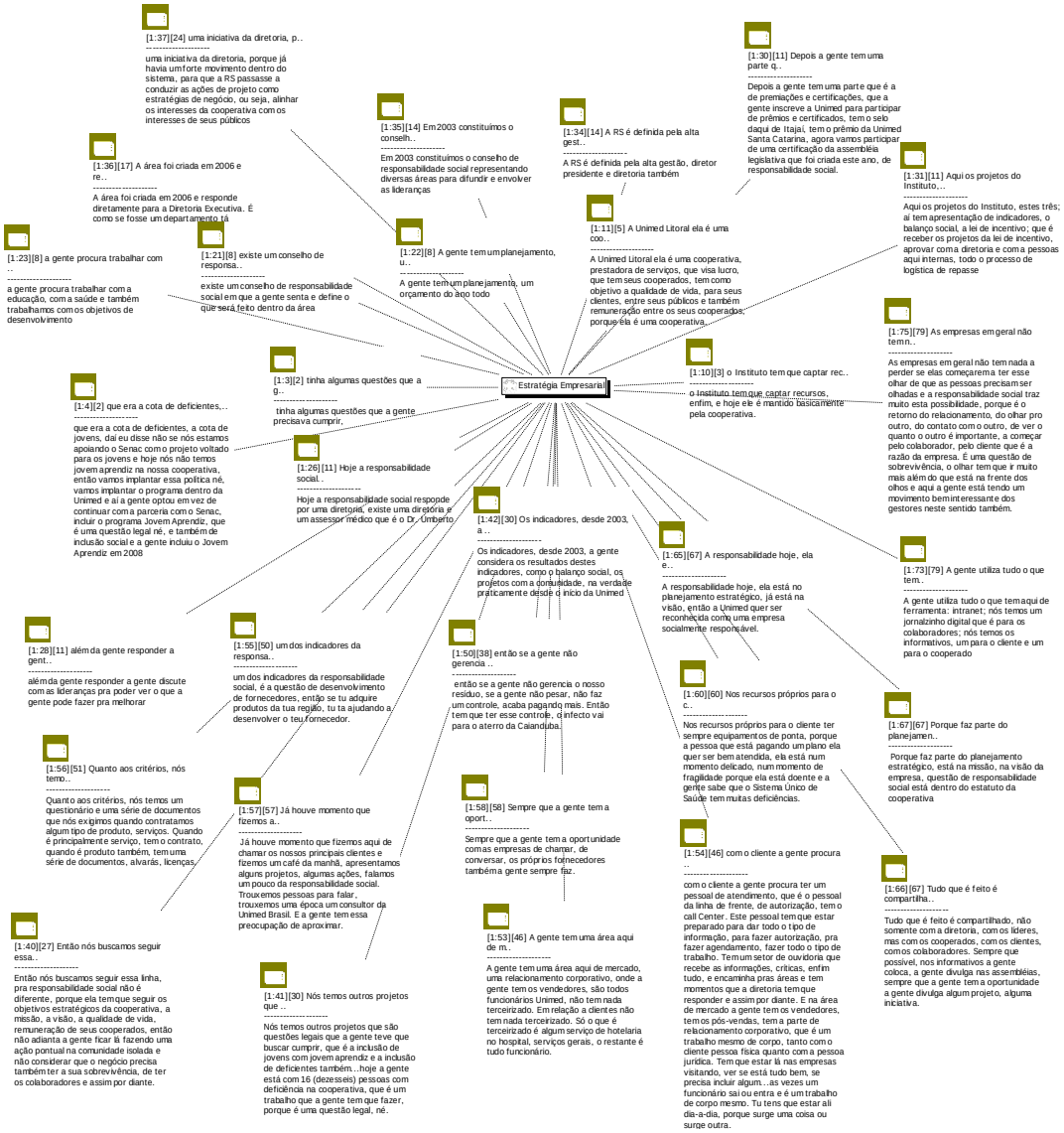

Figura 04 – representação gráfica da codificação da entrevista pela categoria estratégia empresarial.

Comportamento ético e valores:

De acordo com Melo Neto e Fróes (2004), algumas concepções expressam o modo como a Responsabilidade social nas empresas tem sido entendida e entre elas está a atitude e comportamento empresarial ético e responsável. Nessa abordagem, o que prevalece é a "responsabilidade ética", ou seja, a empresa tem o dever e o compromisso de assumir uma atitude transparente, responsável e ética em suas relações com seus diversos públicos-alvo;

Reúne um conjunto de valores não apenas éticos, mas outros conceitos que lhe conferem sustentabilidade, tais como, auto-estima dos empregados, desenvolvimento social e outros.

Na figura 05 está apresentada uma codificação da entrevista da categoria comportamento ético e valores.

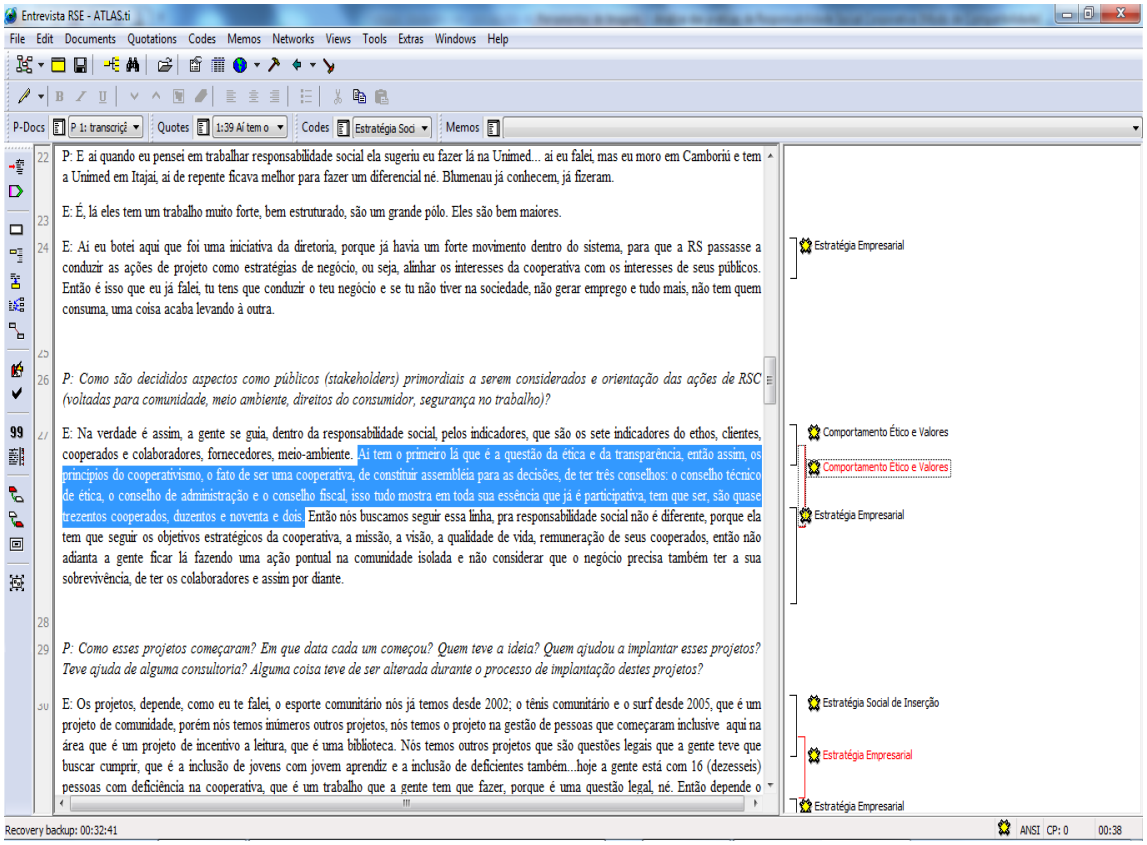

Figura 05 – codificação da entrevista pela categoria do comportamento ético e valores.

O comportamento ético e os valores se percebem pelas ações da entrevistada e de funcionários que são voluntários cedidos pela Unimed para ações de responsabilidade social. A empresa se orienta pelos Indicadores de Responsabilidade Social, preenchidos anualmente para a Unimed Brasil. Também preenchem o Balanço Social.

A entrevistada demonstra a questão da ética e da transparência, também pelos princípios do cooperativismo de constituir assembleia para as decisões, de ter três conselhos: o conselho técnico de ética, o conselho de administração e o conselho fiscal, isso tudo mostra em toda sua essência que já é participativa. Em 2010, foi constituído o Conselho de Responsabilidade Social, com representantes de diversas áreas, para difundir a envolver lideranças com as questões da área.

Na figura 06 está representada graficamente a codificação da entrevista pela categoria comportamento ético e valores.

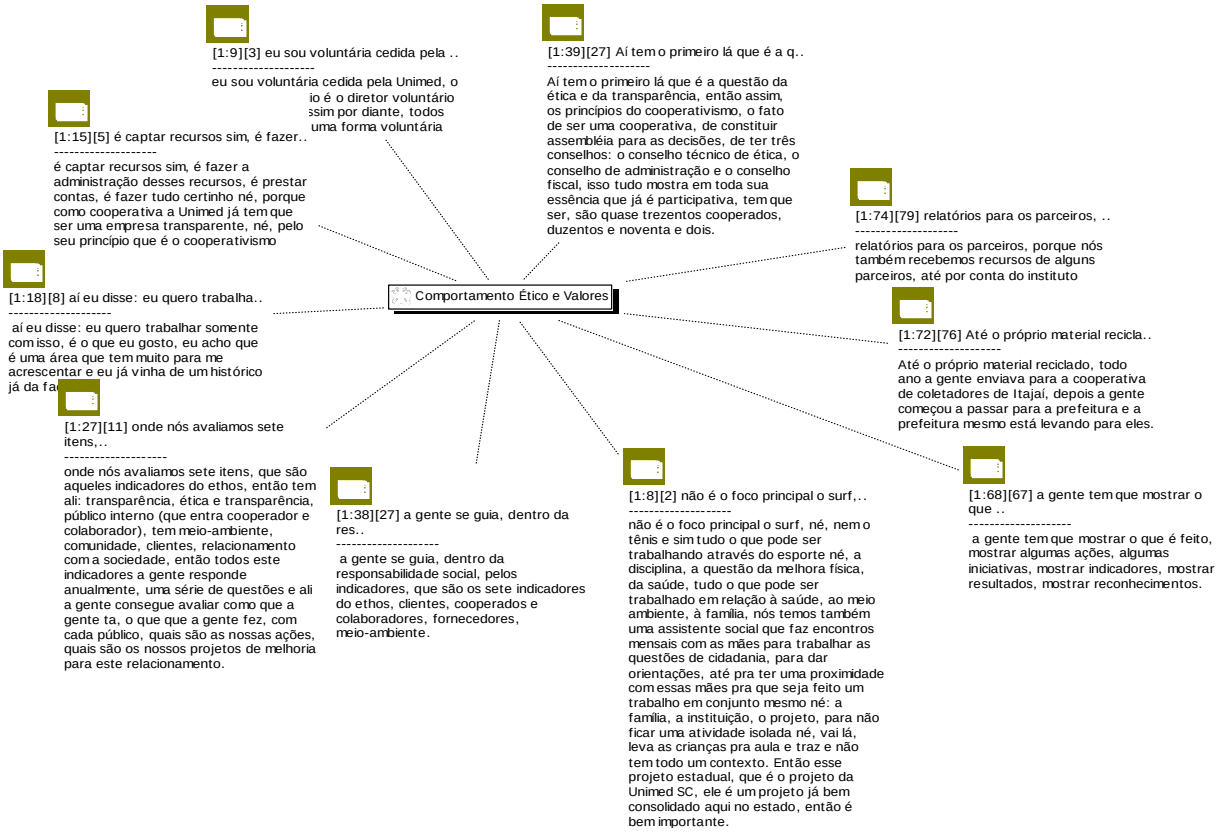

Figura 06 – representação gráfica da codificação comportamento ético e valores.

Estratégia de recursos humanos

Conforme Melo Neto e Fróes (2004) A estratégia de recursos humanos tem como objetivo garantir satisfação dos empregados, motivar seus principais talentos e aumentar a produtividade; capacitação profissional - capacitação dos membros da comunidade e empregados da própria empresa. Marketing de relacionamento - melhoria da qualidade de relacionamento com seus diversos públicos alvo.

Na figura 07 é apresentada uma codificação da entrevista pela categoria estratégia de recursos humanos.

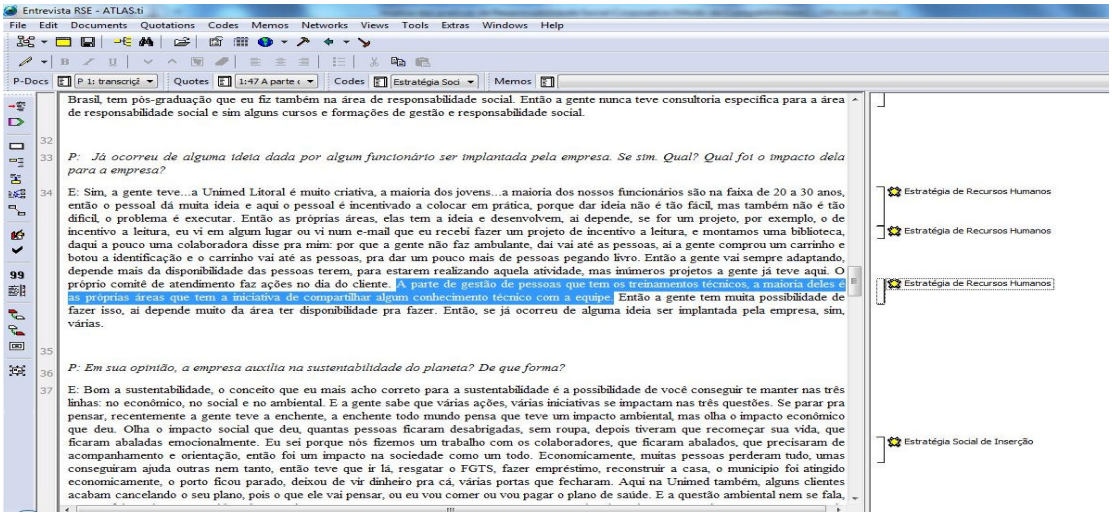

Figura 07 – codificação da entrevista pela categoria estratégia de recursos humanos.

A empresa demonstra comprometimento com seus recursos humanos buscando motivando por meio de incentivo a apresentarem novas ideias para aumentar a sua satisfação e consequentemente a produtividade.

Conforme a entrevistada a parte de gestão de pessoas tem os treinamentos técnicos o que contribui para a busca de uma inclusão, bem-estar e desenvolvimento dos funcionários. Além disso, a empresa investe bastante em medicina preventiva e em qualidade de vida.

A figura 08 representa graficamente a codificação da entrevista pela categoria estratégia de recursos humanos.

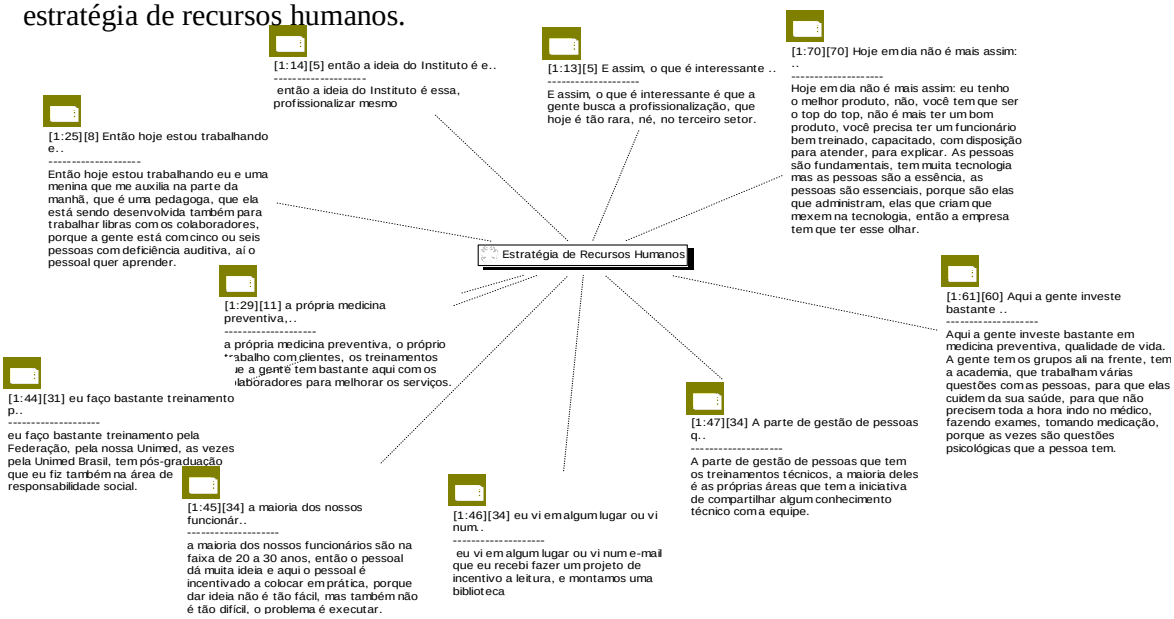

Figura 08 – representação gráfica da codificação pela categoria da estratégia de recursos humanos.

Consciência ecológica

Conforme Melo Neto e Fróes (2004) a consciência ecológica pode ser vista como responsabilidade ambiental, investindo em programas de educação e preservação do meio ambiente, tornando-se difusora de valores e práticas ambientalistas.

A figura 09 apresenta uma codificação da entrevista pela categoria de consciência ecológica.

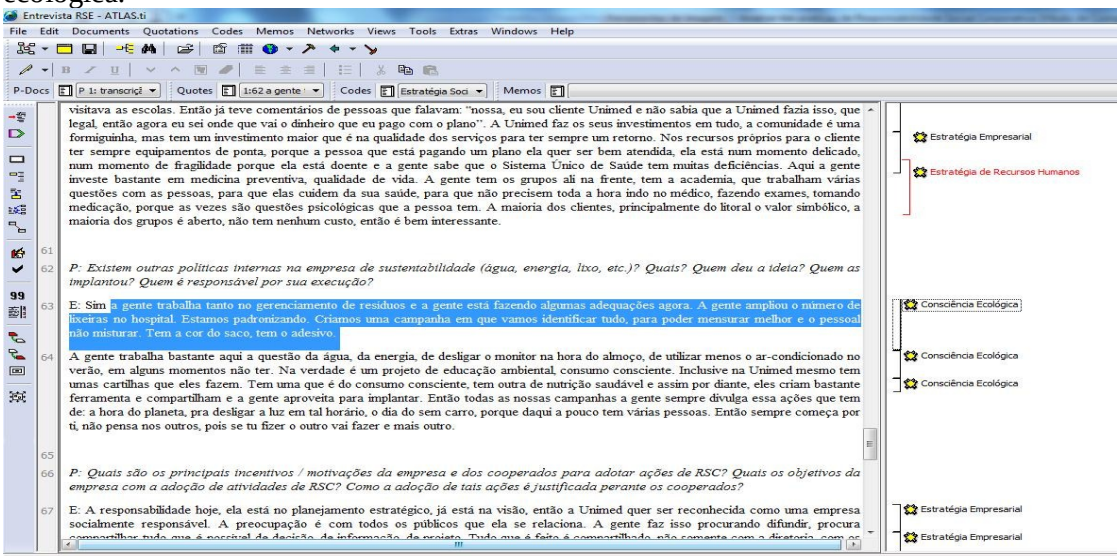

Figura 09 – codificação da entrevista pela categoria consciência ecológica.

A empresa pratica um sistema de gestão ambiental que contribua com o desenvolvimento sustentável, atuando para evitar a degradação do meio ambiente e esgotamento dos recursos naturais.

Várias práticas conscientes ecologicamente podem ser visualizadas como o trabalho sobre a questão da água, da utilização racional na energia elétrica.

A empresa apresenta um plano de gerenciamento de resíduos, em que está realizando algumas adequações, ampliando o número de lixeiras no hospital, padronizando-as, criando uma campanha a qual irão identificar pela cor do saco e adesivos.

Na figura 10 está representada graficamente a codificação da entrevista pela consciência ecológica.

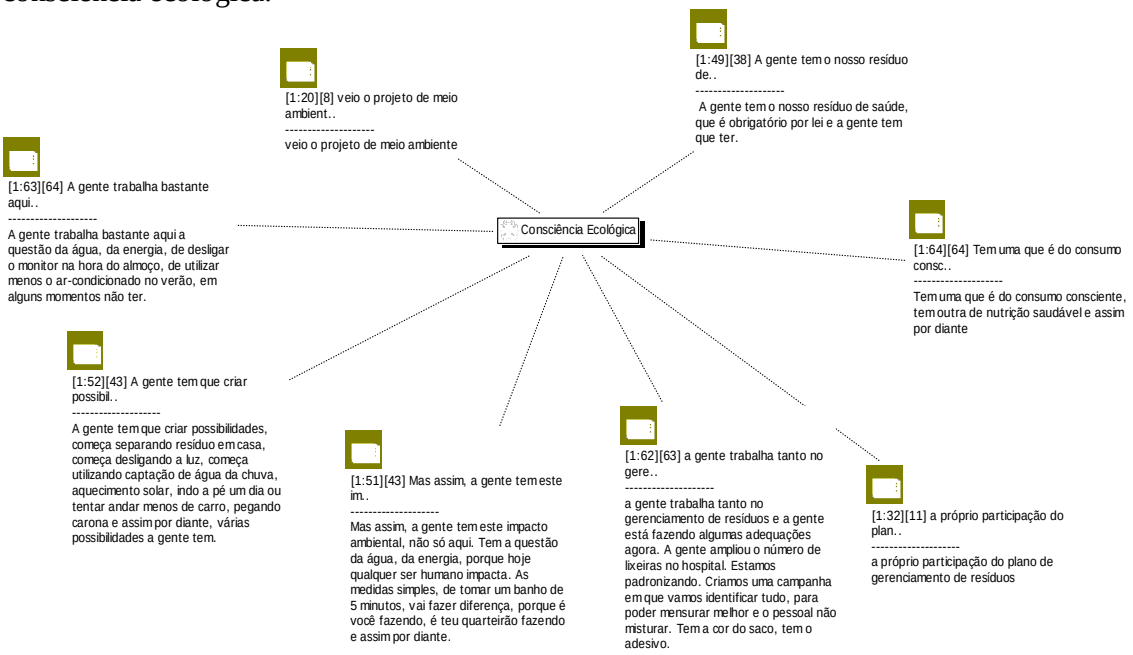

Figura 10 – representação gráfica da codificação consciência ecológica.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve por objetivo verificar como são desenvolvidas as práticas de sustentabilidade e de Responsabilidade Social que estão sendo empreendidas em uma cooperativa de serviços de saúde, através de análise qualitativa de dados por meio do *software* Atlas.ti.®.

Percebe-se que a empresa procura nortear suas ações e projetos dentro dos princípios do cooperativismo e guiado por indicadores e diretrizes, que envolvem todos os stakeholders da empresa: membros da comunidade, cooperados, colaboradores e clientes.

Pode se afirmar que, no tocante as atividades desempenhadas pela empresa, a responsabilidade social não deve ser considerada somente como parte das obrigações da empresa com a sociedade, os principais benefícios de suas ações se constitui em tudo o mais que possa gerar de valor para a sociedade e todas as ações, das mais simples as mais complexas, devem ser consideradas.

Considerando que, a empresa dispõe de uma área especifica para a gestão da Responsabilidade Social, pode-se deduzir que, cada vez mais, as empresas estão se voltando ao planejamento e desenvolvimento de estratégias, visando à aplicação de praticas de responsabilidade social que respeitam o direito, os valores e os interesses de todos aqueles que, de uma forma ou de outra, são por elas afetados, contribuindo para o reconhecimento como instituição socialmente responsável.

REFERÊNCIAS

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE – Revista de Administração de empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995 a.

_____. Pesquisa qualitativa: Tipos fundamentais. **RAE – Revista de Administração de empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995b.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade social para micro e pequenas empresas: passo a passo**. São Paulo,2003. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em 17/04/2011.

http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf (Acesso em 17/04/2011).

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa:** o caso brasileiro: da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social. Rio de Janeiro: Qualitymark. Ed., 2ª edição 2004.