

## OS SUJEITOS EMPREENDEDORES E SUAS AÇÕES SOCIAIS: O CASO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DO IESA

Marise Schadeck<sup>1</sup>  
Zélia Maria Mirek<sup>2</sup>  
Loana Wollmann Taborda<sup>3</sup>  
Daiane Horácio<sup>4</sup>

### RESUMO

Esta pesquisa apresenta as ações socioambientais desenvolvidas no curso de ciências contábeis do IESA, as questões de responsabilidade social corporativa e suas relações com os sujeitos empreendedores na gestão social das organizações. As organizações, em suas variáveis culturais, e dentro das responsabilidades sociais que lhes cabem, aliam-se à sociedade na busca da transformação social, inclusão e emancipação ambiental de cidadãos da IES e comunidade. O objetivo principal é evidenciar a importância de compreender o quanto as ações empreendedoras socioambientais responsáveis são importantes na promoção e desenvolvimento das pessoas, possibilitando gerar qualidade de vida. Metodologicamente, quanto à natureza é uma pesquisa interpretativa, com abordagem quantitativa de dados descritiva e exploratória quanto aos objetivos. Visa construir um referencial fundamentando-se então, na articulação das temáticas de empreendedorismo, responsabilidade social corporativa e a gestão socioambiental, perpassando pelos elementos que a constituem no processo de desenvolvimento organizacional.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo social. Responsabilidade social. Corporativa-gestão. Socioambiental.

### INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido definido como a construção de diversos espaços para a interação social, assim que, como eixo social tem como propósito principal a luta contra a exclusão de sujeitos que vivem à margem da sociedade e que não tem acesso a trabalho, estudo, saúde, condições de moradia digna e tantos outros problemas enfrentados por estes

<sup>1</sup> Mestra em Desenvolvimento – UNIJUI, Professora do curso de Ciências Contábeis – CNEC/IESA. E-mail: mariseschadeck@hotmail.com

<sup>2</sup> Mestra em Engenharia de Produção – UFSM, Professora do curso de Ciências Contábeis – CNEC/IESA, e-mail: 1432.zeliamirek@cnecc.br

<sup>3</sup> Mestra em Engenharia de Produção, Professora do curso de Ciências Contábeis – CNEC/IESA. E-mail: loanataborda@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Mestra em Engenharia de Produção, Professora do curso de Ciências Contábeis – CNEC/IESA. E-mail: daiaribas@yahoo.com.br

que estão esquecidos pelo primeiro setor. Além disso, o empreendedorismo social, tem preocupação com questões ambientais e que envolvam desenvolver práticas sociais em grupos cada vez maiores.

Neste sentido, surge a figura do empreendedor social, que é um agente de mudanças sociais. Como sujeito transformador busca, com muita determinação, mudar situações mediante a identificação e aplicação de alternativas a problemas socioambientais.

Nas organizações, o empreendedorismo social aparece em ações promovidas pelos pares que fazem parte desta, no desenvolvimento de projetos socioambientais, em ações que propiciem crescimento pessoal e profissional à comunidade e a outras ações em que se podem unir à viabilidade técnica e financeira para resgatar sujeitos que estão, muitas vezes aumentando as estatísticas das desigualdades sociais. A organização precisa agir como em um ambiente midiático, apresentando ideias e projetos para que as ações não sejam simbólicas.

Assim, o empreendedorismo social é um modelo que antepõe ao interesse social sobre o capital, que promovendo a inclusão de setores vulneráveis em todas as áreas, especialmente o cultural, educacional, ambiental e profissional, incentiva a participação dos núcleos na construção de uma democracia econômica inclusiva e solidária.

Este artigo, objetiva traçar a gênese do empreendedorismo social, aspectos conceituais e sua relação com a responsabilidade social corporativa, discutindo o que é gestão social e o que é responsabilidade corporativa, para assim apresentar as ações dos sujeitos (alunos e professores) do curso de Ciências Contábeis do IESA.

O resultado desse estudo, caracterizado como estudo de caso é apresentado a seguir, em três partes. A primeira parte foi elaborada com o propósito de construir um quadro conceitual a partir das teorias do empreendedorismo, enfatizando as questões sociais e ambientais. Na segunda parte apresentam-se os fundamentos da responsabilidade social corporativa (RSC), contemplando as abordagens e elementos intervenientes para uma investigação. Por fim, têm-se a complementação dos dois tópicos na análise de dados coletados no período de junho de 2014 a julho de 2015, que discorre sobre a gestão social que constitui em um processo determinante ao desenvolvimento organizacional e sua relação com social e ambiental.

## 1 EMPREENDEDORISMO: DO GENÉRICO AO ESPECÍFICO

O empreendedorismo, teve como marco inicial os pequenos negócios que se destacaram nos de anos de 1920, mas tomou corpo e uma definição mais apropriada na década de 70. Nos anos 80, o tema atravessou fronteiras e passou a figurar nas ciências humanas e gerenciais, atraindo o interesse de organizações e estudiosos de várias áreas que já buscavam inovações, despertar de criatividade e outras características que no Filion (1999)

Para Degen: “[...] o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas socioeconômicos pelo quais o Brasil passa, é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir bens e serviços” (2009, p.9).

Neste ínterim, segue Dodabela que define empreendedor como: “[...] um agente de mudanças, o motor da economia, ou ainda, utilizando-se da definição de Filion considerada mais abrangente, a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.” (1999, p.9).

De acordo com Madruga et al (2014, p.43):

O empreendedorismo emerge da interseção entre o que poderia ser chamado de “inspiração” e “mundano” trazendo a oportunidade de criação de algo novo que as pessoas irão querer ter ou usar e que deverá ser transformado, por meio de medidas enérgicas, em negócios viáveis e lucrativos.

O empreendedor é um indivíduo que é capaz de aceitar um projeto que é recusado pela maioria. Sabe interpretar as características reais do meio apesar de que não são aparentes a sua concorrência. É capaz de lutar ante qualquer inconveniente que se atravessa a sua estratégia e não teme ao fracasso. Além disso, é capaz de criar um grupo com motivação que lhe dá a estrutura requerida.

## 1.1 Empreendedorismo social

O empreendedorismo social está baseado na construção de valor social e na produção de produtos e serviços que possibilitem a mudança social (ROSOLEN et al, 2014).

Seguem os autores expondo que:

Na tentativa de prover respostas e soluções a esses desafios, começam a surgir novos modelos de organizações, os quais têm como intuito a geração de valor social e/ou ambiental além do valor econômico. Esses empreendimentos apresentam produtos e formatos inovadores para atender a uma demanda da sociedade, e sua organização pode variar entre o modelo privado e o do terceiro setor. Entretanto, como novo campo de estudo, os negócios sociais também carecem de definições e consenso a respeito de uma terminologia única (2014, p.86).

Cada vez mais as empresas estão buscando agregar valor a seus produtos através de ações que despertem em seu público consumidor a ideia de responsabilidade socioambiental, convertendo suas virtudes em ações de proposição de extremo valor.

O que os empreendedores sociais veem e o que outros não veem. Onde outros veem problemas, ele vê oportunidades. O que para outros constituem círculos viciosos, para ele são os primeiros passos de seu projeto. O que para outros depende da sorte, para ele depende de si mesmo. O empreendedorismo social trabalha sobre a motivação e o comportamento do indivíduo a fim de fazer prender neles a ideia de geração de ações sociais.

Assim, na sociedade contemporânea, o desafio dos gestores é construir políticas que possam compatibilizar crescimento econômico, promoção social e a sustentabilidade

ambiental aliados com a questão democrática e a melhoria na qualidade de vida. A responsabilidade social está ligada ao tipo de relacionamento que terá com seus indivíduos. A natureza dessa relação vai depender muito das políticas, valores, culturas e da visão estratégica que existe dentro da organização.

Desta forma, as empresas devem reavaliar tanto onde focar, para quem focar a sua filantropia e na forma de como vão exercê-la, uma vez que Porter e Kramer (2005), afirma que uma empresa não opera de forma isolada da sociedade que a cerca. Assim, quanto mais relacionada estiver a melhoria social com a área de atuação da empresa, mais ela irá gerar benefícios econômicos, uma vez que este é o objetivo principal das organizações e a ação socioambiental passa a ser de fato, estratégica.

## 2 O CONTEXTO HISTÓRICO DA CIDADANIA E A CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Mais uma vez, como em todos os momentos históricos de mudanças sociais e culturais as questões de cidadania são temas recorrentes. Acredita-se em um ângulo interessante para analisar as novas dinâmicas urbanas e desenvolver respostas para os desafios que se considera onde o espaço público e as relações entre a configuração e o exercício da cidadania como o estatuto permitem um conjunto de exercícios de direitos humanos e deveres cívicos, políticos e sociais dos cidadãos.

Para Arendt, analisada por Vieira (2001), trata-se essencialmente de prescrever na humanidade ações que levam à alienação de outros seres humanos a possibilidade de interações significativas, que requerem o acesso a mundos de significado compartilhado. Esta intuição fundamental deriva de jogos diferentes e especificações institucionalizados para garantir as condições, em vez de mera vida, mas a forma de realização específica, que envolve vida ativa.

Para Bobbio (2004) o espaço público é de domínio público social de uso coletivo e de multifuncionalidade. Fisicamente caracterizado pela sua acessibilidade, o que o torna um fator central. A qualidade do espaço público pode ser avaliada principalmente pela intensidade e qualidade das relações sociais que facilita o misto por sua resistência e o comportamento dos grupos e a sua capacidade para estimular a identificação simbólica, expressão e integração cultural. Assim, é conveniente que o espaço público tenha algumas qualidades formais de continuidade, de desenho urbano e autoridade que ordena a mesma, a generosidade de suas formas, a sua imagem e suas matérias e adaptabilidade a diferentes usos através dos tempos.

Seguindo essa linha de pensamento Vieira (2001, p.79) complementa argumentando que: “O Estado e/ou mercado não podem mais se arrogar o monopólio de planejar e praticar ações sociopolíticas de interesse público deixando de fora a sociedade”.

É evidente que o RSC é voltada para acordos que comprometem aos cidadãos a desenvolver uma maneira diferente de viver e de partilhar, para isso a RSC é expressa nos âmbitos políticos e jurídicos. O RSC não é somente benevolência, é uma exigência ética que compromete, o que vai no fundo do ser humano, que interroga as formas que vivem enquanto indivíduos e coletividade.

Assim, é claro que os direitos humanos exigem das empresas ações que beneficiem aos cidadãos colaboradores da mesma e daqueles que a circundam. Em seguida, a RSC não é um ato de caridade, mas de justiça. Mais que discutir sobre os fundamentos dos direitos humanos há que garanti-los (BOBBIO, 2004).

Porter e Kramer (2005) evidenciam que dentro das atividades de RSC de uma empresa, são especialmente relevantes os programas de ação social ou de filantropia, pelo impacto que têm sobre a reputação da empresa. Assim mesmo, as empresas com presença em diferentes países não só empreendem ações de filantropia em seus países de origem senão também em os países destinos de seus investimentos.

Esses mesmos autores defendem que a empresa deve propor e planificar estrategicamente sua ação social para conseguir que seus investimentos sociais redundem realmente em benefício dos acionistas. Este planejamento faz-se necessário já que em ocasiões a relação causa efeito entre investimento social e resultados empresariais podem não se produzir.

Desta forma, a RSC começa a conceber-se como um assunto de princípios e deveres éticos. A empresa moderna compreende que não pode ser limitado unicamente a oferecer bens e serviços, senão que deve incrementar seus objetivos considerando as necessidades e interesses dos grupos sociais que podem ser vistos afetados pela atuação empresarial.

Porter e Kramer (2005) apontam para uma nova realidade, na qual cada vez mais, se exige das empresas níveis cada vez mais alto de responsabilidade social. Quando mais a empresa doa, mais expectativas se criam. Sentindo-se obrigadas a fazer caridade, poucas empresas descobriram como fazê-la de forma eficaz. Partindo dessa nova realidade, os autores também questionam de quem deve ser a responsabilidade, da empresa ou de seus acionistas, ou por extensão seus funcionários (como pessoas físicas).

A Responsabilidade Social torna-se cada vez mais importante no contexto organizacional. Conforme os conceitos explicitados pelos autores, nota-se que as ações de responsabilidade social precisam ser incorporadas as empresas para que atinjam o sucesso desejado. Todavia, é preciso que essas organizações se apropriem de valores éticos para tratar das questões de responsabilidade social. O questionamento transita em torno das responsabilidades que os gestores deveriam assumir, bem como a definição inicial de Responsabilidade Social referia-se à obrigação dos gestores para seguir políticas, decisões e linhas de ação desejáveis em termos de objetivos e de valores da nossa sociedade.

É importante salientar, seguindo a concepção dos autores anteriormente citados, que o valor estratégico da filantropia não é anulado pela possibilidade de outras empresas copiarem.



Continuam sendo substanciais porque: continuará levando uma vantagem em relação à concorrência; há o compartilhamento dos custos; os líderes ficarão melhor posicionados e colherão mais frutos; quanto mais aumentar a demanda de um segmento, mais a empresa se beneficiará com a melhoria do contexto e aumentará o prestígio das empresas. Há então quatro itens para a geração de valor social por fundações filantrópicas: seleção dos melhores beneficiários, sinalização para os outros financiadores, melhora no desempenho dos beneficiários e avanço do conhecimento e da prática no setor. Tudo isso leva à empresa para um ciclo virtuoso de desenvolvimento. Sendo assim, não há nenhuma contradição intrínseca a melhorar o contexto competitivo e ter um compromisso sincero com o avanço da sociedade.

Segundo Martin (2005), as empresas que querem transformar suas organizações em melhores empresas cidadãs enfrentam obstáculos, pois a RSC está sujeita às pressões do mercado. Desta forma, a matriz da virtude revela as forças que limitam sua oferta e propõe iniciativas capazes de aumentá-las. Ademais, nem sempre os interesses dos acionistas e os da comunidade são antagônicos. Manter o negócio no lado da lei é conduta desejável e imbuída de RSC.

A responsabilidade empresarial a qualquer momento parece ser insuficiente se pensado que as empresas não são melhores do que deveriam ser, uma vez que a oferta de virtude empresarial tende a crescer em paralelo com o desenvolvimento econômico. Há um lado positivo nisso, pois nivelar por cima os fundamentos do mundo civil (indução aos fabricantes a tomar iniciativas que nunca empreenderiam por conta própria), mas também pode nivelar por baixo (exemplo da NIKE). Contudo, a falta de padrões globais de fundamentos civis pode invalidar tentativas de ações coletivas na questão estrutural (MARTIN, 2005).

Kelm e Rentz (2011), também questionam se há a possibilidade de responsabilizar socialmente as organizações em função da tomada de posição (ou não) ou sobre questões socioambientais que para muitas destas organizações, podem inclusive fugir ao foco de seu negócio primeiro. Com relação ao conceito de responsabilidade este pode significar a atribuição de uma ação a um agente, considerado seu causador ou pode ser analisado partindo da premissa de liberdade (liberdade limitada). Desta forma, os autores colocam a legitimidade e o isomorfismo (isomorfismo competitivo - fruto de pressões do mercado e das relações de troca entre os integrantes de um dado espaço organizacional e o isomorfismo institucional, que inclui a luta por legitimidade como fatores vitais para a sobrevivência das organizações) como fatores vitais para a sobrevivência das organizações. Sob a perspectiva do isomorfismo pretende-se que ao final do ciclo, a empresa terá convertido uma ação que inicialmente era considerada estratégica, para uma postura habilitadora, estabelecendo assim, um novo ponto de competitividade. Não há dúvidas que o tema da responsabilidade social corporativa ganhou espaço nos últimos anos e tem efetivamente influenciado a concepção de estratégias empresariais devido a sua influência nas ações de consumo.

Ferreira, Avila e Faria (2010) então exploram a premissa teórica que os consumidores percebem um benefício adicional (sentir-se bem por estar fazendo bem aos outros) na compra de produtos que estejam associados à RSC, uma vez, que cada vez mais os consumidores estão conferindo as empresas uma responsabilidade de geração de mudanças na sociedade que vai além de gerar o lucro, uma vez que a RSC engloba também a noção de que a empresa é responsável pelos efeitos de suas atividades dentro e fora dela e deve manter um permanente comprometimento com o bem-estar de seus empregados, clientes, comunidade local e da sociedade, o que engloba a preocupação com a preservação do meio ambiente.

Na busca por satisfazer o mercado, as empresas têm a oportunidade de atender ao desejo de seu consumidor de fazer o bem aos outros, enquanto atingem seus objetivos de negócios e, simultaneamente, dão elas próprias sua contribuição à sociedade.

### 3 A GESTÃO SOCIAL

A gestão social tem sido definida como a construção de diversos espaços para a interação social. Trata-se de um processo que se leva a cabo em uma comunidade determinada e que se baseia na aprendizagem coletiva, contínua e aberta para o desenho e a execução de projetos que atendam necessidades e problemas sociais. Implica o diálogo entre diversos atores, como os governantes, as empresas, as organizações civis e os cidadãos.

O processo de Gestão Social requer aprendizagem conjunta e contínua para os grupos sociais, que lhes permite incidir no desenho das políticas públicas. Trata-se, em definitiva, da construção de um espaço de relação social e vínculos de relacionamento institucional, que se consegue mediante um conjunto de ações.

Tenório (2012, p. 29) aponta a gestão social “como uma proposta de um processo democrático de decisão e não apenas como um processo instituição de política e/ou ações em torno de carências sociais”.

Para Tenório (2007) nas palavras de Allebrandt (2012, p.158) “[...] o tema gestão social tem sido evocada nos últimos anos para acentuar a importância das questões sociais para os sistemas-governos, sobretudo na instituição de políticas públicas, assim como os sistemas-empresa no gerenciamento de seus negócios”.

Nessa perspectiva Allebrandt explana que gestão social é

Uma expressão que se tornando cada dia de uso mais corrente, tanto no âmbito da academia, com a formação de diversos grupos de pesquisa e de extensão que passaram a estudar as práticas de gestão social presentes na sociedade, quanto no âmbito das práticas sociais atores, não apenas governamentais, mas, sobretudo, de Organizações Não Governamentais, associações, fundações, e inclusive iniciativas do setor privado que se exprimem nas noções de cidadania corporativa ou de responsabilidade social da empresa (2012, p. 159).

O gerenciamento social implica o diálogo entre diversos atores; como os governantes, as empresas, as organizações civis e os cidadãos para o bem-estar coletivo da comunidade e a recuperação econômica para a empresa.

Para Carrion (2012, p.268) a gestão social “veio para atender à necessidade de coordenar ações de atores que historicamente não tinham a tradição de interagirem de forma cooperativa, como o Estado, as organizações sociais, terceiro setor e as empresas [...]”.

Na concepção de Tenório (2005, p.102) a gestão social é um “[...] processo gerencial dialógico no qual a autoridade decisória é compartilhada entre participantes da ação- (em qualquer tipo de sistema social-público, privado ou de organização não governamental) ”.

## 4 MÉTODOS E RESULTADOS DAS AÇÕES

Em termos metodológicos, com vistas a obter aproximação com o campo de investigação, optou-se pela pesquisa exploratória e orientado pelo paradigma interpretativo (MORGAN, 2005) de dados quantitativos, a estratégia de pesquisa foi o estudo de caso (YIN, 2001).

Os 89 sujeitos participantes da pesquisa fazem parte da comunidade acadêmica do IES que é de aproximadamente 2.600 alunos, 90 professores e 40 colaboradores.

### 4.1 As ações socioambientais desenvolvidas de junho de 2014 a julho de 2015

#### 4.1.1 Educação ambiental como eixo transversal no cenário acadêmico

O projeto Educação Ambiental como eixo transversal no cenário acadêmico visa disseminar a necessidade da Recuperação da Mata Ciliar em conjunto com o processo de formação de indivíduos e a prática da cidadania. O ensino da educação ambiental nos cursos de ensino superior é fundamental, pois nesse período estão sendo formados profissionais, e essa formação deve estar aliada a formação da cidadania no ambiente escolar/acadêmico. Essa pesquisa/projetos de extensão tem por ora, objetivo de inserir ao meio acadêmico, temas já discutidos em sala de aula, no entanto, com enfoque diferenciado, onde os alunos vivenciam o processo de recuperação de áreas degradadas na prática. A educação ambiental é uma das formas de estabelecer esse vínculo: indivíduo e meio ambiente.

A implementação do projeto Educação Ambiental como eixo transversal no cenário acadêmico ocorreu no ano de 2012 e muitas ações foram efetivadas deste período para cá, o principal objetivo do projeto é promover e disseminar o interesse dos alunos na preservação ambiental, mobilizando e conscientizando a comunidade acadêmica para as questões ambientais, desenvolvendo o espírito de comunidade solidária, auxiliando na formação ética e no desenvolvimento de atitudes que contemplem as ações socioambientais, proporcionando assim fixação de carbono e emissões evitadas com base no isolamento de áreas para



regeneração natural da mata ciliar e recuperação de rios e nascentes dos municípios da Região das Missões.

As atividades desenvolvidas sempre contam com parceria da comunidade e envolve diversos atores sociais, tais como: Prefeituras, Diretório Acadêmico de Ciências Contábeis, alunos, professores, voluntários e ONG Eco Global Missões, com o propósito de desenvolver ações que levarão aos indivíduos a identificação da necessidade que o ser humano precisa preservar e conservar o meio ambiente.

Desde a sua implementação em 2012 várias ações foram desenvolvidas tais como: Formação de Monitores Ambientais: na qual foram capacitadas crianças que residem nas proximidades de áreas recuperadas para conservação das mesmas, em parceria com a Prefeitura de Santo Ângelo, ONG Eco Global Missões e Patrocínio: ELETROSUL.

Nas atividades de plantio de mudas foram, dentre os anos de 2012 a 2015, plantadas em torno de 600 mudas de árvores frutíferas e nativas nos municípios da região das Missões, tais como: Santo Ângelo, São Miguel das Missões e Cerro Largo. Além do plantio os integrantes do projeto também participam de mutirões ecológicos promovidos pelas prefeituras da região ao longo de cada ano.

O projeto além de inserir o aluno no espaço de recuperação da mata ciliar proporciona ao acadêmico o estudo da questão ambiental na região.

Há mais de dois anos o Curso vem promovendo em parceria com a prefeitura de Santo Ângelo ações na semana do meio ambiente, essas promovem a disseminação do conhecimento dentre os estudantes sobre questões ambientais.

#### 4.1.2 O projeto Lixo no lixo

O projeto Lixo no lixo surgiu de debates nas aulas que gerou a preocupação dos acadêmicos com o meio ambiente e da necessidade em desenvolver ações que pudessem em um primeiro momento, solucionar o descarte do lixo na IES. Após as constatações e o levantamento geral sobre os resíduos gerados, foi elaborado o projeto com o objetivo principal de conscientizar a comunidade acadêmica, com ações teóricas e práticas, da importância de recolher e depositar o lixo nos locais apropriados, possibilitando a reutilização e reaproveitamento destes resíduos.

O quadro 1 demonstra o que foi recolhido durante o segundo semestre de 2014 e primeiro de 2015 coletados por alunos e parceiros do IESA – Instituto Cenecista de Ensino Superior de Santo Ângelo, sendo que é apenas representando o período letivo do IESA, com escala em unidades para o material coletado. Os materiais arrecadados foram latas de alumínio e embalagens plásticas.

**Quadro 1: Arrecadação de material recicláveis 2014/2 e 2015/1**

Mês	Coletas	M3	Mês	Coletas	M3
-----	---------	----	-----	---------	----

<b>Junho/2014</b>	2	2,4	<b>Janeiro/2015</b>	6	7,2
<b>Julho/2014</b>	6	7,2	<b>Fevereiro/2015</b>	5	6
<b>Agosto/2014</b>	8	9,6	<b>Março/2015</b>	24	28,8
<b>Setembro/2014</b>	8	9,6	<b>Abril/2015</b>	26	31,2
<b>Outubro/2014</b>	11	13,2	<b>Mai/2015</b>	26	31,2
<b>Novembro/2014</b>	10	12	<b>Junho/2015</b>	26	31,2
<b>Dezembro/2014</b>	9	10,8			
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>64,8</b>	<b>Soma/Parcial</b>	<b>103</b>	<b>135,6</b>

Fonte: Projeto Lixo no Lixo

Desde a implantação do projeto em junho de 2014 até o mês de dezembro do mesmo ano, houve 54 coletas dos resíduos para a reciclagem, com um montante total de 64,8 m<sup>3</sup> de volume, havendo uma média mensal no período de 9,26 m<sup>3</sup>. Ao analisar a progressão do volume coletado no Quadro 1, percebe-se que nos cinco primeiros meses aconteceu um contínuo crescimento da quantidade de materiais coletados. A média mensal de coletas foi de 7,7, havendo uma média de metros cúbicos por coleta de 1,2.

No segundo ano da implantação, considerando o período parcial dos meses de janeiro a junho, os valores em número de coletas e metros cúbicos arrecadados são bem maiores que no período anterior. O volume total no período é de 135,6 m<sup>3</sup>, havendo uma quantidade de coleta mensal de 19,37 m<sup>3</sup>, ou seja, um aumento geral de 63,2% e uma média mensal de coleta com aumento de 179,3%.

O total coletado foi 200,4 m<sup>3</sup> de recicláveis até o encerramento do mês de junho de 2015, com um total de 167 coletas. A partir desses dados, pretende-se nos períodos seguintes aumentar tanto a quantidade de material coletado como a quantidade de coletas.

O projeto de recolhimento das tampinhas está indexado ao projeto Lixo no Lixo do IESA, como um incentivo aos alunos sob um aspecto social e interação com a sociedade. Santo Ângelo obteve 80 Kg de tampinhas em um período de 23 dias, no período de 2 de outubro a 25 de outubro de 2014. A coleta de tampinhas é parte integrante de um projeto com ampla abrangência envolvendo o Mercosul.

Após o recolhimento dessas tampinhas, trituração para a transformação em grânulos, prensagem e transformação em produtos para a venda, obteve-se um lucro de \$: 1.772.000,00 para a construção do novo Centro de Atención Integral del Paciente Oncológico del Garrahan, no qual o Projeto Lixo no lixo é parceiro.

No mês de outubro de 2014 o projeto Lixo no lixo, incorporou uma nova etapa. Foi lançado o Caça Tampinhas do Mercosul. Socialização junto a Escola Sepé Tiaraju, o projeto Caza Tapitas objetivou reunir o maior número de tampinhas plásticas. Em 23 dias foram arrecadadas 37 mil tampinhas.

O material arrecadado foi levado a Paso de Los Libres (AR), em uma campanha internacional em benefício a Fundação Garrahan. Com a arrecadação a fundação pode ser incluído no Guinness Book, com a arrecadação total de 477.172,5 kg de tampinhas.

Todo o material arrecadado no evento, foi transformado em utensílios como bacias, pás e baldes, depois de vendidos e os valores arrecadados serão revertidos para construção de

um novo centro oncológico infantil, do Hospital Garrahan (Buenos Aires - Argentina) que atende gratuitamente crianças com problemas de câncer.

#### Quadro 2-Arrecadação de tampinhas

Acadêmicos e professores IESA	Alunos colégio Sepé	Empresas Ponto de coleta	Número de cidades participantes	Entidades parceira	Total 1º sem. 2015
2100	300	12	23	SMED 14ª SED SEMAN SOS VIDA	40.000

Fonte: Projeto Lixo no Lixo

No período de março a junho de 2015 já foram arrecadadas em torno de 40 mil tampinhas que foram recolhidas pelos acadêmicos do IESA, comunidade em geral, em 12 empresas que são ponto de coletas na cidade, mais 3 empresas em outras cidades do estado, bem como, de pessoas de outros estados do Brasil.

#### 4.1.3 Ecodesign: produção de contêiner com materiais recicláveis para coleta de plástico e metas

A necessidade de incrementar a sustentabilidade em todas as ações tem desencadeado a busca de produtos sustentáveis, que não poluam o meio ambiente e minimizem a utilização de recursos não renováveis.

Promover o desenvolvimento sem prejudicar o meio ambiente é uma preocupação que vai durar para os próximos anos e conforme Alves (2010), as preocupações ambientais e econômicas estimularam o *design* de novos materiais nos mais diversos ramos, e são especialmente atraentes os materiais recicláveis e os novos materiais, em que uma boa parte é baseada em recursos naturais renováveis evitando novas pressões sobre o meio ambiente.

O desenvolvimento de produtos com o uso de materiais alternativos, tais como os materiais recicláveis não se dão apenas com o objetivo de reduzir custos, mas uma combinação entre reduzir o impacto ambiental, minimizar os custos garantir a funcionalidade do produto.

A utilização de resíduos na fabricação de materiais pode resultar em vantagens do ponto de vista ambiental e econômico. Consistem em uma alternativa de matéria-prima para todos os setores industriais, contribuindo para a redução da extração/industrialização de novos recursos naturais (BORGES, 2007).

Neste sentido, o estudo teve como objetivo desenvolver um contêiner com materiais recicláveis promovendo o desenvolvimento sustentável em uma faculdade.

Na fase realizou-se um *brainstorming* de várias propostas de contêiner tendo como base o *ecodesign*.

Na fase 2 realizou-se uma triagem das ideias e definiu-se que os materiais reciclados utilizados para a produção do contêiner sustentável seriam litros de Politereftalato de etileno (PET), pallets de madeira descartados pelas indústrias e retalhos de tecido. Após esboçou-se a estrutura do contêiner a partir de pallets de madeira.

Na fase 3 partiu-se para a coleta dos materiais na sociedade e nas indústrias locais, no mesmo momento divulgando o projeto e a importância da conscientização sobre a sustentabilidade ambiental. Após a coleta os materiais foram devidamente selecionados e identificados para então iniciar a produção do contêiner

O desenvolvimento do contêiner utilizando materiais recicláveis foi satisfatório, além de aumentar o grau de sensibilização e capacitação da sociedade acadêmica a respeito das questões ambientais. Ainda, após a finalização do estudo e realização das análises dos resultados constatou-se uma economia de 10,2 % do tempo estimado para a realização do projeto.

## CONCLUSÃO

A Responsabilidade Social Corporativa é e será, em os próximos anos, um dos principais elementos distintivos e a principal vantagem competitiva, que lhe brindará às empresas melhores oportunidades de negócio e de projeção e reconhecimento de parte do mercado. O que redundará, a sua vez, em múltiplas vantagens para os trabalhadores e a comunidade em geral.

A Constituição Brasileira promulgada em 1988 estabeleceu que todas as pessoas têm o direito de dispor de um meio ambiente equilibrado, que possibilite ao povo qualidade de vida. Instituiu também que, cabe ao poder público “promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente.” (Art.225, inciso 5).

Para o cumprimento do que a Constituição Federal prevê, compete ao Poder Público preservar e restaurar os processos ecológicos essenciais e prover o manejo ecológico das espécies e ecossistemas. Desta forma, é necessário que o poder público exija de acordo com a lei, estudo prévio de impacto ambiental a certas atividades, para que o meio ambiente seja preservado. Assim, o Estado deve agir por meio de seus órgãos ambientais em defesa do meio ambiente para evitar sua degradação, utilizando de todos os instrumentos à sua disposição e usar do poder/dever de polícia ambiental.

As políticas públicas têm recentemente, priorizado a conservação da biodiversidade, em virtude das consequências que uma onda de extinções poderia causar no funcionamento dos ecossistemas e seus consequentes serviços ambientais.

No entanto, o Estado de forma isolada não consegue arcar com os custos do uso ineficiente dos recursos, que são causados por ações individuais e empresariais. Desta forma,

aos consumidores dos recursos naturais cabe o uso eficiente destes recursos e às instituições de ensino, a educação ambiental.

As organizações socialmente responsáveis são capazes de integrar sua visão, missão, estratégia e objetivos organizacionais com um modelo de intervenção social responsável. Seu objetivo é atingir o equilíbrio entre a responsabilidade socioambiental e seu objetivo empresarial com o fim de obter vantagem competitiva no futuro.

Enfim, pode-se identificar elementos que determinam iniciativas do curso com relação a sua responsabilidade socioambiental. Ademais, percebe-se que há uma grande pressão por parte da sociedade em responsabilizar as empresas por tomarem iniciativas que proporcionem uma melhoria na sociedade ou que ao menos deem conta dos danos causados na produção de seus produtos. Desta forma, as empresas necessitam aliar seus objetivos econômicos com os sociais.

## REFERÊNCIAS

ALLEBRANDT, Sérgio L.; SIEDENBERG, Dieter R.; SAUSEN, Jorge O.; DECKERT, Cristiele T. **Gestão social e cidadania deliberativa: uma análise da experiência dos Coredes no Rio Grande do Sul, 1990-2010.** In: CadernoEBAPE.BR, v. 9, nº 3, artigo 11, Rio de Janeiro, Set. 2011 p. 945-945.

ALLEBRANDT, Sérgio; L.; DECKERT, Cristiele, T.; OLIVEIRA, José R. **Gestão Social no contexto de políticas públicas federais: leituras da experiência no Território da Cidadania Noroeste Colonial.** In: CANÇADO, Airton, C. TENÓRIO, Fernando, G. JR, SILVA Jeová, T. (orgs.) **Gestão Social: aspectos teóricos e aplicações.** Ijuí: Ed. Unijuí, 2012, p. 157-192.

BOBBIO, N. **A era dos direitos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BRASIL, **Constituição Federal.** LEI 9.795, 1999, art. 1º.

BRASIL. DECRETO FEDERAL 7.404/10, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2010.

Regulamenta a Lei no 12.305, de 2 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, cria o Comitê Interministerial da Política Nacional de Resíduos Sólidos e o Comitê Orientador para a Implantação dos Sistemas de Logística Reversa, e dá outras providências.

**Brasil. LEI FEDERAL 12.305/10, DE 02 DE AGOSTO DE 2010.**

Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências.

CARRION, Rosinha, M. **A contribuição da gestão social para o desenvolvimento.** In: CANÇADO, Airton, C. TENÓRIO, Fernando, G. JR, SILVA Jeová, T. (orgs.) **Gestão Social: aspectos teóricos e aplicações.** Ijuí: Ed. Unijuí, 2012, p.261-272.

FERREIRA, D.A ; AVILA, M., FARIA,M.D. Efeitos da responsabilidade social corporativa na intenção de compra e no benefício percebido pelo consumidor: um estudo experimental.



**RAUSP – Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, vol. 45 (93), pg. 285-296, jul/ago/set -2010.

KELM, M.L; RENTZ, C.M. Reflexões acerca da institucionalização das iniciativas sócio ambientais das organizações. 2011. Workpaper.

MARTIN, R. L. **A matriz da virtude: cálculo do retorno sobre a responsabilidade social das empresas**. In: Ética e responsabilidade social nas empresas, pg.99-117. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

PORTER, M. E; KRAMER, M. R. A vantagem competitiva da filantropia corporativa. In: **Ética e responsabilidade social nas empresas**, pg. 134-166. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ROSELEN, Talita; TISCOSKI, Gabriela Pelegrini; COMINI, Graziella Maria.

Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Publicação Nacional e Internacional. **RIGS-Revista Interdisciplinar de Gestão Social**. jan./abr. 2014, v.3n.1 p. 85-105.

TENÓRIO, Fernando; G (org). **Cidadania e desenvolvimento local: critérios de análise**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

\_\_\_\_\_ (Re) visitando o conceito de Gestão Social. In: **Desenvolvimento em questão. Revista do programa de mestrado em desenvolvimento**. Ano 3, nº 6. Ijuí: Ed Unijuí. 2005, p.101-124.

VIEIRA, L. **Os Argonautas da Cidadania-** a sociedade civil na globalização. São Paulo: Editora Record, 2001.

Organizadores:



ANEGEPE  
Associação Nacional de Estudos  
em Empreendedorismo e Gestão  
de Pequenas Empresas

Realizadores:

