

RESPONSABILIDADE SOCIAL NUMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR PRIVADA MEDIANTE PROJETOS SOCIAIS EM GESTÃO AMBIENTAL: UM ESTUDO DE CASO

Fabio F. Kobs – fabio@creativenet.com.br
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Av. Sete de Setembro, 3165, Rebouças
80230-901 – Curitiba – PR

Dálcio R. Reis – dalcioreis@terra.com.br
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Av. Sete de Setembro, 3165, Rebouças
80230-901 – Curitiba – PR

***Resumo:** Este documento apresenta as principais estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social aplicáveis à instituição de ensino superior (IES), num campus universitário do interior do Estado de Santa Catarina. O objetivo geral do estudo é levantar e apresentar as principais estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social utilizadas pela IES, bem como, alguns benefícios relacionados à redução de custos e ao incremento nas receitas. O método de pesquisa utilizado do ponto de vista da forma de abordagem do problema é de pesquisa qualitativa. Os resultados encontrados apontam que a universidade contempla de alguma forma a preocupação com a questão ambiental e a questão social. Afinal, o objetivo da instituição é formar cidadãos profissionais comprometidos com a sociedade, e que contribuem para o desenvolvimento sustentável.*

***Palavras-chave:** Instituição de ensino superior, Gestão ambiental, Responsabilidade social.*

1 INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta como principal problema o desconhecimento das principais estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social aplicáveis pela instituição de ensino superior privada.

Neste contexto, é importante verificar se as estratégias aplicadas na IES contemplam as estratégias dos principais projetos sociais. Um benefício do conhecimento dos projetos sociais por outras instituições dar-se-á no aproveitamento de tais ações por outras instituições, estimulando a reflexão em pontos vitais, como redução de custos e incremento das receitas.

O objetivo geral deste artigo é identificar e demonstrar as principais estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social, de caráter genérico, aplicáveis às IES, de baixo impacto ambiental e os seus benefícios.

Os objetivos específicos são: identificar e apresentar os projetos sociais relacionados em: meio ambiente, educação, saúde, cultura, apoio à criança e ao adolescente, e voluntariado; apresentar alguns referenciais onde a universidade aplica a gestão ambiental e a responsabilidade social no modelo de gestão; identificar e apresentar elementos de redução de custos, incremento de receitas e benefícios estratégicos; e identificar oportunidades e eventuais deficiências.

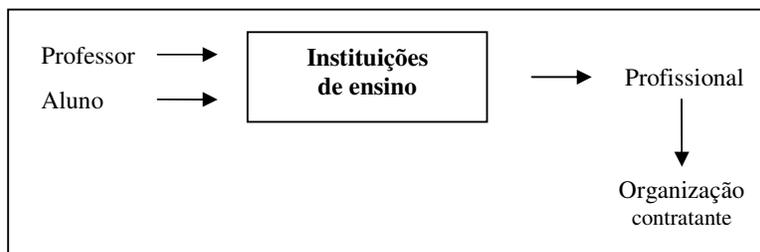
2 INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

Conforme Tachizawa (2004), o setor educacional, composto pelas instituições de ensino superior (IES), quando analisados apenas os estabelecimentos de ensino de nível superior de caráter privado, caracteriza-se por:

- Diferenciação das instituições de ensino em função de sua localização geográfica, tanto em termos qualitativos (porte, tipos de cursos oferecidos, qualificação do corpo docente), como em termos quantitativos, em face do diferente grau de concentração geográfica de IES, por região do país;
- Interdependência entre as IES da mesma região, onde comportamento e desempenho de uma instituição têm reflexo direto sobre as demais;
- Não-existência de grande diversidade entre as tecnologias educacionais e as de processos utilizadas pelas instituições;
- Existência de barreiras legais e governamentais à entrada de novas instituições;
- Competição básica via lançamento de novos cursos, em busca de novos clientes;
- Significativo volume de investimentos e de capital para entrada no setor;
- Produto gerado – alunos – detentor de alto conteúdo tecnológico e de conhecimento;
- Pouca diferenciação de produtos por parte das instituições, em que a diferenciação dá-se no nível da qualidade e das especificações didático-pedagógicas;
- Instituições de ensino já instaladas detêm significativo controle sobre o setor, em sua área de atuação, com domínio dos fornecedores/docentes da região.

Segundo Tachizawa e Andrade (2006), independente do curso escolhido, normalmente o aluno formado irá exercer uma profissão correlata ao curso, estando apto a ocupar uma função relacionada em alguma organização empregadora. Tal contexto é ilustrado na “Figura 1”. O profissional formado é o resultado do aluno que ingressa na IES com a incorporação do saber adquirido ao longo do processo ensino-aprendizagem, afirmando o êxito da instituição de ensino no que tange o cumprimento de sua missão a esse profissional (aluno formado), que constitui o produto final colocado no mercado, com um conjunto de habilidades, competências e conhecimentos, valorizados e reconhecidos pelas organizações que o contratam. Por cliente, entende-se a organização empregadora desse profissional colocado no mercado e, para garantir a satisfação de suas necessidades, a instituição deve pesquisar e aferir, quais os atributos e qual o perfil do profissional formado que as organizações estão demandando.

Figura 1 – Visão geral de uma instituição de ensino



Para garantir a satisfação das organizações, algumas políticas inerentes à qualidade são passíveis de serem implementadas em uma IES típica, sendo enunciadas:

- Atender às necessidades das organizações-clientes, empregadoras da mão-de-obra formada, com profissionais egressos de seus cursos, de alto nível, e detentores de conhecimentos coerentes com as exigências de mercado;
- Praticar o conceito de parceria com fornecedores, clientes e colaboradores, considerando que qualidade é responsabilidade de todos;
- Buscar tecnologias e práticas pedagógicas inovadoras, para excelência do processo ensino-aprendizagem;
- Estimular, na instituição de ensino, um clima de colaboração e confiança mútua, buscando o reconhecimento e a realização das pessoas;
- Proporcionar aos colaboradores treinamento e recursos necessários ao desenvolvimento e à capacitação profissional.

Consoante Tachizawa e Andrade (2006) que a instituição de ensino poderia utilizar os referenciais de excelência, obtidos externamente através de *benchmarking*¹, para fins de subsidiar o realinhamento e a adaptação da instituição em face da dinâmica promovida pelo mercado, pelo qual se procura aprender a partir de exemplos externos bem-sucedidos. Após o conhecimento das informações sobre a concorrência e o mercado, os referenciais de excelência podem ser internalizados junto aos processos produtivos da IES, propiciando mudanças internas de alinhamento aos padrões operacionalizados pelas instituições consultadas.

Segundo critérios de excelência da FNQ (2006), as metas das organizações concentram-se em proporcionar aos clientes um valor sempre crescente que resulte em sucesso na participação no mercado, e de aprimorar a capacitação e o desempenho da organização como um todo, e podem ser atingidas com a observância dos seguintes fundamentos:

- *Visão sistêmica*: entendimento das relações de interdependência entre os diversos componentes de uma organização, bem como entre a organização e o ambiente externo;
- *Aprendizado organizacional*: busca o alcance de um novo nível de conhecimento, por meio de percepção, reflexão, avaliação e compartilhamento de experiências, alterando princípios e conceitos aplicáveis a práticas, processos, sistemas, estratégias e negócios, e produzindo melhorias e mudanças na organização;
- *Proatividade*: capacidade da organização de se antecipar às mudanças de cenários e às necessidades e expectativas dos clientes e demais partes interessadas;
- *Inovação*: implementação de novas idéias geradoras de um diferencial competitivo;
- *Liderança*: comprometimento da alta direção da IES com os valores e princípios da organização, estabelecendo e compartilhando a visão e a missão da organização; capacidade de construir e implementar estratégias e um sistema de gestão que estimule as

¹ Medir estatisticamente os produtos e as atividades e comparar os resultados com os próprios padrões ou com padrões externos do setor de atividades (LAUDON e LAUDON, 1999: p. 50).

- pessoas a realizar um propósito comum e duradouro, estimulando sua participação e criatividade;
- *Visão de futuro*: compreensão dos fatores que afetam o negócio e o mercado no curto e no longo prazo, permitindo o delineamento de uma perspectiva consistente para o futuro desejado pela organização;
 - *Foco no cliente e no mercado*: conhecimento e entendimento do cliente e do mercado, visando à criação de valor de forma sustentada para o cliente e maior competitividade nos mercados;
 - *Responsabilidade social*: atuação baseada em relacionamento ético e transparente com todas as partes interessadas, visando ao desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais;
 - *Gestão baseada em fatos*: tomada de decisões com base na medição e análise do desempenho, levando-se em consideração as informações disponíveis, incluindo os riscos identificados;
 - *Valorização das pessoas*: compreensão de que o desempenho da organização depende da capacitação, motivação e bem-estar da força de trabalho e da criação de um ambiente de trabalho propício à participação e ao desenvolvimento dos colaboradores por meio de educação, treinamento e oportunidades, visando o crescimento permanente de cada um;
 - *Abordagem por processos*: compreensão e gerenciamento da organização por meio de processos, visando à melhoria do desempenho e à agregação de valor para as partes interessadas; e
 - *Orientação para resultados*: compromisso com a obtenção de resultados que atendam, de forma harmônica e balanceada, às necessidades de todas as partes interessadas na organização.

3 GESTÃO AMBIENTAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo Tachizawa (2004), a gestão ambiental e a responsabilidade social, tornam-se importantes instrumentos gerenciais para capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja seu segmento econômico. Algumas questões que poderiam ser associadas à gestão ambiental: aumentar a qualidade dos produtos; aumentar a competitividade das exportações; atender ao consumidor com preocupações ambientais; atender à reivindicação da comunidade; atender à pressão de organização não governamental ambientalista; estar em conformidade com a política social da empresa; e melhorar a imagem perante a sociedade.

A gestão ambiental envolve a passagem do pensamento mecanicista para o pensamento sistêmico, segundo Tachizawa (2004), no qual um aspecto essencial dessa mudança é que a percepção do mundo como máquina cede lugar à percepção do mundo como sistema vivo. Essa mudança diz respeito a concepção da natureza, do organismo humano, da sociedade e, portanto, também de percepção de uma organização de negócios. Esse novo estilo de administração induz à gestão ambiental associada à idéia de resolver os problemas ecológicos e ambientais da empresa, a qual demanda uma dimensão ética, cujas motivações são a observância das leis e a melhoria da imagem da organização.

O modelo de gestão ambiental e de responsabilidade social, conforme Tachizawa (2004), pode ser aplicado de forma completa ou de maneira parcial para:

- Implementar estratégias ambientais e sociais, quando então é feita uma abordagem global dos elementos do modelo de gestão proposto;
- Fazer diagnóstico geral da organização;

- Subsidiar o processo de planejamento estratégico;
- Criar métricas e indicadores para monitoramento das decisões estratégicas e operacionais;
- Estabelecer um processo de medição de desempenho e comparação com o mercado (*benchmarking*);
- Auxiliar na formulação do planejamento dos recursos de tecnologias da informação a serem implementados, como por exemplo, plano diretor de informática;
- Implementar os sistemas (séries das normas ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas) *ISO 9000* e *ISO 14000*;
- Criar referencial para implantação de um sistema de avaliação de desempenho e de mérito para fins de remuneração estratégica do pessoal da organização.

Para Donaire (1999) e North (1992), caracterizam os benefícios da gestão ambiental como os apresentados no “Quadro 1”.

Quadro 1 – Benefícios da gestão ambiental

BENEFÍCIOS ECONÔMICOS
<p>Economia de custos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Economias devido à redução do consumo de água, energia e outros insumos; - Economias devido à reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos e diminuição de efluentes; - Redução de multas e penalidades por poluição. <p>Incremento de receitas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento da contribuição marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais altos; - Aumento da participação no mercado devido à inovação dos produtos e menos concorrência; - Linhas de novos produtos para novos mercados; - Aumento da demanda para produtos que contribuam para a diminuição da poluição.
BENEFÍCIOS ESTRATÉGICOS
<ul style="list-style-type: none"> - Melhoria da imagem institucional; - Renovação do “portfólio” de produtos; - Aumento da produtividade; - Alto comprometimento do pessoal; - Melhoria nas relações de trabalho; - Melhoria e criatividade para novos desafios; - Melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientalistas; - Acesso assegurado ao mercado externo; - Melhor adequação aos padrões ambientais.

Conforme Donaire (1999), no nível interno da organização, a mudança mais importante que pode ser conseguida em relação à questão ambiental é o comprometimento gerencial ou da alta direção. Esse comprometimento dissemina no seio da organização a formação de um clima propício ao surgimento de esquemas e círculos de qualidade ambientais, bancos de sugestões, auditorias, enfim, que se traduzem em uma contínua busca de melhorias.

As instituições do setor educacional, segundo Tachizawa (2004), podem delinear estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social, de caráter genérico, normalmente aplicável às organizações desse setor, de baixo impacto ambiental, que são:

- Projetos sociais em meio ambiente;
- Projetos sociais em educação;
- Projetos sociais em saúde;
- Projetos sociais em cultura;
- Projetos sociais em apoio à criança e ao adolescente;
- Projetos sociais em voluntariado;
- Imagem ambiental da empresa para fins de marketing.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa classifica-se como pesquisa exploratória, pois envolve levantamento bibliográfico e consulta com pessoas que estão ligadas diretamente com o problema pesquisado. O método de pesquisa utilizado do ponto de vista da forma de abordagem do problema é o de pesquisa qualitativa.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário em formato de documento do Microsoft Word®, disponibilizado de forma impressa, sendo respondido desta forma.

O *campus* universitário, objeto do estudo, possui 50 professores, 37 funcionários e 872 alunos. Estes professores encontram-se lotados em departamentos que compreendem os cursos de administração de empresas, direito, comércio exterior, sistemas de informação, economia, ciências contábeis, tecnologia em automação de processos industriais, tecnologia em gestão empresarial e tecnologia em gestão de produção e logística; e a graduação dos professores ou docentes está compreendida no que tange a titulação máxima nos seguintes níveis: 4 docentes com doutorado (8%), 28 docentes com mestrado (56%), 17 docentes com especialização (34%) e 1 docente com graduação (2%); conforme o *campus* que encontra-se no interior do estado de Santa Catarina, em agosto de 2006.

O questionário foi respondido por um docente com titulação de mestrado com acesso direto à alta direção da IES, um assessor da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários (PROEX) – órgão que busca o estabelecimento das relações entre a universidade e a comunidade externa, voltando sua atenção às demandas regionais, contribuindo para o desenvolvimento social, econômico e cultural da região. A PROEX tem como princípio de sustentação a melhoria da qualidade de vida.

5 RESULTADOS

Para a IES, objeto de estudo deste artigo, a instituição que pratica responsabilidade social é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (comunidade interna e externa) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos. Ainda entende que responsabilidade social é uma forma de conduzir as ações que torna a instituição parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social.

Neste sentido, o Comitê de Responsabilidade Social da IES, foi instituído por uma iniciativa dos próprios colaboradores, tem como missão “Sensibilizar a comunidade universitária para ações de Responsabilidade Social, por meio de apoio, proposição ou promoção de programas e projetos que propiciem a melhoria da qualidade de vida”. É vinculado à Vice-Reitoria que é responsável pela sua organização, acompanhamento, avaliação e infra-estrutura necessária, o Comitê de Responsabilidade Social é composto por

professores, funcionários e estudantes, sendo obrigatória a representação de todas as pró-reitorias e reitoria.

É de competência dos membros do Comitê a promoção, o acompanhamento e o apoio das ações de Responsabilidade Social da IES.

Os benefícios estratégicos adquiridos após a implantação do projeto de responsabilidade social na instituição, em ordem decrescente de grau de importância, são:

1. Alto comprometimento do pessoal;
2. Melhoria e criatividade para novos desafios;
3. Melhoria nas relações de trabalho;
4. Melhoria da imagem institucional;
5. Melhor adequação aos padrões ambientais;
6. Melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientalistas.

Os principais projetos de responsabilidade social, de caráter genérico, na IES são:

- Universidade na Comunidade;
- Gincana do Calouro;
- Datas Comemorativas;
- Dia das Mães;
- Celebração de Páscoa;
- Ações Sociais;
- Campanha do Agasalho;
- Natal Solidário.

Na IES, não existem projetos de programas que gerem benefícios econômicos relacionados com economia de custos, como por exemplo, redução do consumo de água, energia e outros insumos, ou redução de custos devidos à reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos e diminuição de efluentes. No entanto, a IES está ciente que está se tornando uma tendência mundial, onde as empresas buscam, além de trabalhar a questão ambiental, desenvolver também o lado da responsabilidade social. Onde o desafio hoje enfrentado pelas organizações é de alcançar soluções capazes de harmonizar o plano econômico, ambiental e social.

Buscando pesquisar essa questão ambiental nas organizações da região, estudantes do curso de Administração vêm trabalhando essa temática. Esse trabalho é desenvolvido a partir de uma base teórica e de uma pesquisa em organizações da região, para levantar dados sobre a questão ambiental, como por exemplo, quais as empresas que já possuem certificação ISO 14001.

As principais estratégias ambientais e sociais aplicadas na IES, quando faz-se uma abordagem global dos elementos do modelo de gestão proposto, são:

- Fazer diagnóstico geral da organização;
- Subsidiar o processo de planejamento estratégico;
- Criar métricas e indicadores para monitoramento das decisões estratégicas e operacionais;
- Estabelecer um processo de medição de desempenho e comparação com o mercado (*benchmarking*);
- Criar referencial para implantação de um sistema de avaliação de desempenho e de mérito para fins de remuneração estratégica do pessoal da organização.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comitê de responsabilidade social, instituído na IES, proporciona alguns benefícios estratégicos, como: alto comprometimento do pessoal; melhoria e criatividade para novos desafios; melhoria nas relações de trabalho; e melhoria da imagem institucional.

Os projetos de responsabilidade social, de caráter genérico, na IES, são importantes para a comunidade, como por exemplo, proporcionar eventos nas datas comemorativas; no dia das mães; e natal solidário.

Algumas estratégias ambientais e sociais são aplicadas na IES, quando faz-se uma abordagem global dos elementos do modelo de gestão proposto, como por exemplo, a criação de um referencial para implantação de um sistema de avaliação de desempenho e de mérito para fins de remuneração estratégica do pessoal da organização.

A realização da atividade de gestão ambiental e social na IES, permite que os alunos conheçam o grau de preocupação com a questão ambiental na região, e se há uma consciência de que o Sistema de Gestão Ambiental pode ser considerado como fator estratégico a ser utilizado pelo *marketing* e, até mesmo, como possibilidade de abertura de novos negócios.

Todos os cursos da universidade contemplam de alguma forma a preocupação com a questão ambiental e a questão social. Afinal, o objetivo da instituição é formar cidadãos profissionais comprometidos com a sociedade, e que contribuem para o desenvolvimento sustentável.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa** – 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

FNQ (Fundação Nacional da Qualidade). **Critérios de excelência**: o estado da arte da gestão para a excelência do desempenho e para o aumento da competitividade. São Paulo: Folle Comunicação, 2006.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação: com Internet**. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

NORTH, K. **Environmental business management**: an introduction. Genebra: International Labor Office (ILO), 1992.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira – 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

TACHIZAWA, T.; ANDRADE, R. O. B. **Gestão de instituições de ensino** – 4. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

SOCIAL RESPONSIBILITY IN A PRIVATE INSTITUTION OF SUPERIOR EDUCATION BY MEANS OF SOCIAL PROJECTS IN AMBIENT MANAGEMENT: A CASE STUDY

Abstract: This document presents the main strategies of applicable ambient management and social responsibility to the institution of superior education, in a university campus of the interior Santa Catarina State. The general objective of the study is to raise and to present the main strategies of ambient management and social responsibility used by the institution of superior education, as well as, some benefits related to the reduction of costs and the

increment in prescriptions. The used method from research of the point view of the form from boarding of the problem is qualitative research. The joined results point that the university contemplates of some form the concern with the ambient question and the social matter. After all, the objective of the institution is to form engaged professional citizens with the society, and that they contribute for the sustainable development.

Key-word: *Institution of superior education, Ambient management, Social responsibility.*