

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

MELINA CARVALHO LESSA

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: OS IMPACTOS DAS AÇÕES
SOCIAIS REALIZADAS PARA A COMUNIDADE E PARA OS VOLUNTÁRIOS EM
UMA EMPRESA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

PORTO ALEGRE

2018

MELINA CARVALHO LESSA

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: OS IMPACTOS DAS AÇÕES
SOCIAIS REALIZADAS PARA A COMUNIDADE E PARA OS VOLUNTÁRIOS EM
UMA EMPRESA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito à obtenção do
grau de Bacherel em Administração pela
Escola de Administração da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof^o Luis Felipe M. do Nascimento

PORTO ALEGRE

2018

MELINA CARVALHO LESSA

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: OS IMPACTOS DAS AÇÕES
SOCIAIS REALIZADAS PARA A COMUNIDADE E PARA OS VOLUNTÁRIOS EM
UMA EMPRESA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito à obtenção do
grau de Bachelar em Administração pela
Escola de Administração da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.

Aprovado pela Banca Examinadora em 28 de junho de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Profº Luis Felipe M. do Nascimento

Profª Marcia Dutra de Barcellos

Profº. Pedro de Almeida Costa

Dedico este trabalho primeiramente à minha família, meus pais e minha irmã por sempre me incentivarem e nunca me deixarem desistir, mesmo encarando pela segunda vez um curso de graduação. Agradeço a eles pela paciência, pela compreensão, mas principalmente por acreditarem junto comigo que mudar de profissão não seria fácil, mas seria transformador. E foi. Amo vocês.

Agradeço meus professores pela grandeza do conhecimento e pelo compartilhamento das experiências, ao meu orientador pelo incentivo durante esse processo. Minha dedicatória se estende com muito carinho a SAP Labs Latin America e ao CSR por terem aberto as portas para minha pesquisa e me proporcionarem tamanho conhecimento e reconhecimento. Agradeço às instituições por terem me recebido e a cada um dos voluntários e colegas de trabalho pelo tempo dedicado a responder ao questionário.

Dedico ainda aos meus amigos, meus colegas por cada momento de diversão e de troca de aprendizado. Vocês tornaram isso possível em cada distração.

Por fim, agradeço à Deus por seguir me iluminando no caminho da realização daquilo em que eu acredito.

RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo verificar o impacto das ações sociais realizadas por uma empresa da área de tecnologia da informação do Vale do Rio dos Sinos na comunidade na qual está inserida. Bem como, nas pessoas que realizam tais ações, além de descrever as ações sociais realizadas pela empresa da área de TI para ser capaz de identificar como as ações impactam no dia-a-dia da comunidade e no dia-a-dia dos voluntários. Sendo assim, verificar quais são os benefícios e/ou malefícios dos resultados dessas ações para a empresa de TI no âmbito local. O estudo relacionou o surgimento da tecnologia da informação e seu papel na sociedade juntamente com termos que se fazem presentes em projetos sociais como filantropia, responsabilidade social corporativa/empresarial e cidadania empresarial, incluindo na discussão o desenvolvimento social como forma de tratar das relações humanas e do desenvolvimento em sociedade por meio dessas ações. Após tais informações foram realizadas três entrevistas com instituições diferentes e uma entrevista com o líder do CSR – Corporate Social Responsibility; foi obtido retorno de 14 questionários realizados com os voluntários, o quais são funcionários da empresa em questão. Além disso, percebe-se o público dessa pesquisa crianças e adultos da comunidade de São Leopoldo, que por diferentes motivos participam de projetos para obter educação, socialização e inserção no mercado de trabalho. Foi concluído então, que há impactos percebidos nos três eixos: na comunidade, nos voluntários e na empresa, mas que principalmente, são impactos que vão de acordo com os valores da organização, bem como com os das instituições em prol de um mesmo objetivo: melhorar o mundo e a vida das pessoas.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação. Responsabilidade Social. Filantropia. Cidadania Empresarial.

ABSTRACT

This study aimed to verify the impact of the social actions carried out by an information technology company from Vale do Rio dos Sinos in the community in which it is placed. As well as in the people who carry out such actions, besides describing the social actions carried out by the IT company to be able to identify how the actions impact on the daily life of the community and on the daily life of the volunteers. Therefore, checking what are the benefits and / or harms of the results of these actions for the IT company at the local level. The study related the emergence of information technology and its role in society along with terms that are present in social projects such as philanthropy, corporate social responsibility and corporate citizenship, including in the discussion the social development as a way to deal with human relations and development through these actions. After these information, three interviews were conducted with different institutions and another interview with the leader of the CSR - Corporate Social Responsibility; it was obtained as return 14 questionnaires answered by the volunteers, who are the employees of the company in question. In addition, the public of this research is perceived as children and adults of the community in São Leopoldo city, who for different reasons participate in projects to obtain education, socialization and insertion in the labor market. It was concluded that there are perceived impacts in the three axes: in the community, in the volunteers and in the company, but mainly, they are impacts that go according to the values of the organization, as well as those of the institutions for the same purpose: improve the world and people's lives.

Keywords: Information Technology. Social Responsibility. Philanthropy. Corporate Citizenship.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 JUSTIFICATIVA	11
1.2 OBJETIVO GERAL	12
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2 REVISÃO TEÓRICA	13
2.1 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E A SOCIEDADE	13
2.2 FILANTROPIA, RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E CIDADANIA EMPRESARIAL	16
2.2.1 Filantropia	16
2.2.2 Reponsabilidade Social Empresarial ou Corporativa	17
<i>2.2.2.1 Histórico do conceito de Responsabilidade Social</i>	18
<i>2.2.2.2 Níveis de Responsabilidade Social</i>	19
2.2.3 Cidadania Empresarial	20
2.3 DESENVOLVIMENTO SOCIAL	22
3 METODOLOGIA	26
4 ANÁLISE DOS DADOS	30
4.1 A EMPRESA	30
4.1.1 SAP	30
4.1.2 SAP Labs Latin America	31
<i>4.1.2.1 CSR – Corporate Social Responsibility</i>	31
<i>4.1.2.2 Os líderes e o impacto para a empresa</i>	34
4.2 OS VOLUNTÁRIOS	38
4.3 AS INTITUIÇÕES	43
4.4 SÍNTESE	47
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	49

REFÊRENCIAS.....	53
APÊNDICE A – Roteiro para Entrevista.....	58
APÊNDICE B – Questionário para os voluntários	59

1 INTRODUÇÃO

As atividades econômicas das empresas privadas crescem tal qual a aceleração da competitividade entre elas. Cabe atribuir ao fenômeno de desenvolvimento da sociedade e do país, um novo papel a ser desempenhado pelas empresas. Diante dessa nova realidade, coube às empresas buscar o sucesso por meio das relações corporativas, das relações internas, bem como das relações externas (comunidade), não considerando apenas os fatores influenciadores diretamente na economia como geradora de resultados. (SILVA; DETONI; MORAES *in* SPERS; SIQUEIRA, 2010).

Oliven (2006) afirma que certos cientistas sociais acreditavam que para compreender uma sociedade era suficiente entender o processo produtivo na qual ela estava inserida. Porém, com o passar dos anos a sociedade se tornou o reflexo dos seus desejos, isto é, da sua historicidade, da sua cultura, das suas características como comportamentos, costumes e crenças. Nesse conjunto, então, que as empresas inseridas no mesmo contexto das comunidades locais, buscam dialogar com essa sociedade para fortificar as relações.

Essa díade entre a comunidade e as empresas, e a forma como elas se relacionam e se influenciam entende-se como responsabilidade social, a qual corresponde por “estratégias desenvolvidas, sobretudo, por grandes corporações.” (SALME; CATTANI *in* CATTANI; HOLZMANN, 2011, p.319). Tais estratégias surgem para considerarem os impactos sociais, econômicos e ecológicos das atividades exercidas pela empresa e a busca pelo comprometimento com os valores e as práticas da corporação para com a sociedade.

A partir do contexto da relação das empresas e da sociedade a responsabilidade social se torna parte de um discurso atual, pois os atores sociais se viram em um momento onde os impactos da indústria na dimensão social, os fizeram retomar uma avaliação dos nexos entre as corporações e a sociedade (PANWAR et al, 2006). Para Melo Neto & Froes (1999: p.78), a responsabilidade social

[...] consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce, compreendendo um estágio mais avançado no exercício da cidadania corporativa.

Para o Instituto Ethos, responsabilidade social é um conceito mais amplo, pois

[...]vai além da postura legal, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade por levar em consideração a responsabilidade cidadã ao definir direitos, mas, sobretudo, deveres e atitudes que possam gerar valor para todos, com abrangência tanto para pessoas físicas como jurídicas. Assim, deverá ser entendida como o esforço das organizações para coibir ações que venham a prejudicar socialmente ou ambientalmente a comunidade interna e externa. (LAZZARESCHI; ALVES; BONELLI, 2016, p. 4)

Outro exemplo de concepção do conceito de responsabilidade social é o Livro Verde da União Europeia, o qual afirma que

Ser socialmente responsável não significa somente cumprir plenamente as obrigações jurídicas, mas também ir além de seu cumprimento investindo mais no capital humano, no entorno e nas relações com os interlocutores. (COMISSION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2001, p.7).

Diante de tantas qualificações para a compreensão da responsabilidade social e do impacto de suas ações na sociedade, percebe-se, então, um novo papel a ser desempenhado pelas empresas, assim como por seus funcionários, indo além do âmbito econômico, mercadológico e competitivo; avançando para um sistema social organizado, compreendendo que a atividade econômica não deve apenas se orientar pela lógica dos resultados e dos lucros, mas sim, e em grande parte pelo significado que esta adquire diante das ações realizadas na sociedade como um todo. (DIAS, 2009).

Assim, o papel dos atores envolvido nesse contexto de relações, e principalmente o papel da organização, se torna o elo importante para a proporcionar uma melhor qualidade de vida para a comunidade e toda a sociedade na qual está inserida, se baseando na sua responsabilidade social e no respeito aos direitos humanos, que a conscientização de que a empresa está além de uma unidade de distribuição de bens e serviços e/ou de produção que atendem a determinadas sociedades, mas sim, parte operante e presente na construção de bem-estar da comunidade. (DIAS, 2009).

Entendendo, então, que o papel das empresas hoje vem se transformando, que a aplicabilidade de suas finalidades e ações influenciam diretamente na comunidade, na qual a empresa está inserida, se torna necessário a compreensão do impacto dessas ações frente ao desenvolvimento social local. Além é claro, de como a comunidade percebe essas ações, e como aqueles que a exercem se sentem com os resultados. Para tal estudo de caso, a empresa na qual a pesquisa será realizada, é uma empresa alemã de tecnologia de informação, SAP, com mais de 85mil funcionário

em diferentes regiões do mundo, é uma empresa líder de desenvolvimento de software empresarial.

Visando esse contexto e com base nessa análise, o que se busca descobrir com esse trabalho é: qual o impacto das ações sociais realizadas por uma empresa da área de TI na comunidade e nas pessoas que executam tais ações?

1.1 JUSTIFICATIVA

A responsabilidade social, e as ações dela decorrentes podem ser interpretadas e vistas de diferentes maneiras. Justamente pela crescente competitividade, principalmente no mercado da tecnologia da informação, muitas empresas buscam métodos diferentes e inovadoras para atrair a atenção dos seus clientes e conseqüentemente de futuros prospectos.

No entanto, a responsabilidade, vai além de uma linha do marketing, ou de uma forma inovadora para vender seus bens e serviços. A responsabilidade social está ligada diretamente com o desempenho das atividades da empresa na sociedade em que ela está inserida, que o seu papel pode impactar diretamente a comunidade favorecendo ou não o desenvolvimento social local.

Com o objetivo de distanciar a associação da responsabilidade social como uma fonte geradora de lucros através da comunidade, a pesquisa será importante para avaliar e descrever a percepção da sociedade, na qual a empresa de tecnologia da informação está inserida, sobre as ações sociais desenvolvidas por essa organização, e o impacto, seja ele positivo ou negativo causado na comunidade. Além disso, a pesquisa aborda a percepção daqueles que exercem as atividades a comunidade, para melhor caracterizar a relação da responsabilidade social empresarial com a comunidade local. O trabalho também se justifica pela importância de a empresa entender o quanto as suas atividades sociais estão sendo capazes de influenciar no desenvolvimento social da região de forma benéfica a melhorar a qualidade de vida da sociedade.

Pela perspectiva acadêmica, este estudo é significativo por trazer assuntos atuais e em destaque no contexto a ser estudado, principalmente no que tange o ramo da tecnologia da informação e ações sociais, cujos estudos locais ainda são limitados. Existem poucas produções acadêmicas e científicas realizadas que combinam em algum nível a relação da empresa com a comunidade descrevendo o impacto dos

resultados naqueles que participam de projetos sociais, bem como daqueles que executam o projeto social.

1.2 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do trabalho é verificar o impacto das ações sociais realizadas por uma empresa da área de tecnologia da informação do Vale do Rio dos Sinos na comunidade na qual está inserida, bem como, nas pessoas que realizam tais ações.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para o alcance do objetivo geral, será preciso:

- Descrever as ações sociais realizadas pela empresa da área de TI;
- Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia da comunidade;
- Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia dos voluntários;
- Verificar quais são os benefícios ou malefícios dos resultados dessas ações para a empresa de TI no âmbito local.

2 REVISÃO TEÓRICA

No presente capítulo serão abordados referenciais teóricos que servirão de base para a discussão e análise dos dados oriundos da pesquisa realizada. Para uma melhor compreensão das ações sociais realizadas por uma empresa da área de tecnologia da informação e seus impactos, é importante conhecer o que é a tecnologia da informação, sua relação com a sociedade, além de entender a responsabilidade social e seus diversos conceitos nesse contexto, além de outros termos que qualificam o trabalho, e por fim, abordar o desenvolvimento social em uma perspectiva sociológica para desenvolver a pesquisa.

2.1 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E A SOCIEDADE

A tecnologia da informação é atualmente um conceito que define não somente os elementos da construção de um software ou de um sistema de informação gerencial, mas também, é a exemplificação da revolução no âmbito econômico-social que vem surgindo e se fortalecendo.

Importante identificar e entender que a tecnologia de informação hoje possui três pilares importantes (DANTAS, 2006):

- Dados: elemento bruto, sem significado atribuído;
- Informação: dado atribuído de significado;
- Conhecimento: informação dentro de um contexto e refletida.

Isto é, segundo Stair e Reynolds (2011), dados “são constituídos de fatos crus” (p. 4), e uma vez que estão organizados de forma significativa, se tornam informação. Logo, informação “é um conjunto de fatos organizados de tal maneira que possuem valor adicional, além do valor dos fatos individuais” (p.4). Perceber que “transformar os dados em informação é um processo, ou um conjunto de tarefas logicamente relacionadas realizadas para alcançar um resultado definido” (p.5), então, percebe-se que para se “trabalhar” essas informações é necessário conhecimentos, definido pelo autores como “a consciência e a compreensão de um conjunto de informações e os modos como essas informações podem ser úteis para apoiar uma tarefa específica ou para chegar a uma decisão” (p.5).

Dantas (2006) apresenta elementos que qualificam a interação desses três conceitos na construção do entendimento da tecnologia da informação:

O dado define um estado bruto da informação, é através dele que se pode criar uma pré-condição para a informação, ou seja, através de sua contextualização, a informação será produzida. A entender como esse dado se transforma, ou se valora, ao status de informação, pode-se partir do princípio de que o dado por si só não tem nenhum significado. A partir do momento que este dado é analisado em um processo mental, obterá um sentido, tornando-se uma informação. Esta constatação permite afirmar que a informação é o dado com sentido. Obtendo a informação passa-se para um segundo momento deste processo, no qual a informação interage com o repertório pessoal de cada indivíduo e, através desta interação, a informação recebe status de conhecimento (p.38).

A partir daí então, pode-se iniciar uma relação entre a sociedade e a informação, formando a Sociedade da Informação citada por Dantas (2006). Esta sociedade apresenta novos valores e a quebra de paradigmas sobre este tema, agindo sobre a informação uma vez que esta, atualmente, consiste em um insumo básico das novas relações construídas pela sociedade denominada de Sociedade da Informação. As novas características da informação passam a ser destacadas principalmente pela inclusão de meios tecnológicos e suas ramificações para a organização da informação, assim como também são constituídas novas demandas e/ou preocupações com a informação, especialmente no que tange a sua socialização e o acesso de todos à informação disponível na grande sociedade. Morgan (1998, p.102) afirma:

A nova sociedade caminha para a multidisciplinaridade, flexibilidade operacional, velocidade, precisão e pontualidade da informação. A humanidade está entrando na era da socialização da informação e democratização de seu acesso.

A nova sociedade surge então diante deste *boom* relacionado a tecnologia, informação, acesso e conhecimento. Porém, houve uma construção de elementos e de etapas que a sociedade passou para estar onde se encontra hoje. Fitzsimmons (2014) ao falar principalmente sobre desenvolvimento econômico, e para melhor compreender essa sociedade da informação, elenca as sociedades como: pré-industrial, industrial e pós-industrial como possíveis antecessoras do momento destacado por Dantas (2006).

A sociedade pré-industrial está caracterizada em uma condição de subsistência, baseada na força do trabalho, no trabalho braçal, na tradição, estando direcionada para pesca, agricultura e a mineração. A vida social é limitada a família, sendo a vida direcionada pela natureza e a rotina de trabalho pelas estações do ano. Além disso, essas sociedades estão estruturadas em subemprego, atividades agrárias e autoridade. A sociedade industrial predomina em torno da produção de mercadorias.

Onde a energia e as máquinas ganham um papel importante e estruturam a forma de trabalho. A divisão do trabalho se torna a principal característica da estrutura econômica dessa sociedade, proporcionando um trabalhador semiespecializado. A rotina é comandada por máquinas e por rígidos horários de trabalho. O padrão de vida é medido pela quantidade de bens materiais e o indivíduo é a unidade da vida social. Por fim, a outra sociedade descrita por Fitzsimmons (2014) é a pós-industrial, a qual se define essencialmente pela qualidade de vida, onde o profissional se torna central e a informação é o principal recurso. A competição gira em torno das pessoas, pois a vida social se dificulta diante de inúmeras reivindicações políticas e por direitos sociais. E nesse caso, a comunidade, muito mais que o indivíduo, passa a ser a unidade social.

É essa nova sociedade da informação que complementa a sociedade pós-industrial, pois como Dantas (2006) relata essa sociedade volta-se não somente ao material e tangível, mas dá maior atenção ao imaterial e intangível, conforme Boulton, Libert e Samek (2001, p.23) “na Nova Economia são os ativos intangíveis, tais como relacionamento, conhecimento, pessoas, marcas e sistemas, que estão ocupando o centro das atenções”.

Para entender também como as organizações se encontram diante dessa nova economia, e dessa nova sociedade, a Teoria da Contingência pode ajudar a explicar, pois a teoria

[...]se caracteriza pelo ajustamento contínuo às mudanças ambientais e pela redefinição continuada de tarefas correspondentes, pela valorização do saber especializado e das comunicações horizontais e verticais exigidas pelo processo de trabalho, bem como por um alto grau de engajamento com os fins da organização como um todo. É o caso de certas empresas, partidos políticos, escolas e universidades modernas. (MOTTA, 2001, p. 26)

Nas últimas décadas o mundo de uma forma geral sofreu transformações e a grande mudança no âmbito da tecnologia recriou o contexto social, inovando o modo de trabalho e as relações humanas na sociedade contemporânea. Com a relação dessas duas novas realidades, o ambiente organizacional foi alterado, apresentando um cenário configurado pela concorrência em um mercado aberto, onde as disputas comerciais deixam de abranger o âmbito local para atingir o âmbito global, no qual as regras exigem que as organizações estejam cada vez mais na direção das transformações do mercado mundial, e assim, atendendo às expectativas dos seus públicos. Esse contexto acaba exigindo uma melhor preparação das organizações para aderirem a um modelo onde o uso das tecnologias da informação e da

comunicação estabelecem um ambiente organizacional marcado pela rapidez da disponibilidade das informações, e conseqüentemente do seu uso dentro das perspectivas do mercado. (DANTAS, 2006).

Com isso, ações que se diferem no mercado, que marcam a comunidade e a sociedade local, fazem com que as organizações inseridas nesse novo contexto se destaquem e trabalhem valores que vão além da produção e do bem material, valores que priorizem a qualidade de vida, as relações e o conhecimento. Eis então, a responsabilidade social para ajudar a melhor explicar essa relação.

2.2 FILANTROPIA, RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E CIDADANIA EMPRESARIAL

Neste subcapítulo alguns termos importantes desse contexto de responsabilidade social podem ser úteis para uma melhor compreensão da pesquisa, bem como o seu resultado através dos objetivos propostos.

2.2.1 Filantropia

Para definir filantropia, Dornelas (2005) se utiliza do dicionário Aurélio para entender que este termo é de origem religiosa e que está diretamente a uma qualidade de vida da sociedade. Entende-se então que a filantropia se relaciona com ações de solidariedade, ou seja, pessoas solidárias, nas quais a manifestam por meio de caridade ou doações, pois a preocupação com o bem-estar do próximo é um princípio daqueles que entendem o que a qualidade de vida em sociedade pode representar.

Além disso, o Instituto Ethos (2003) também retrata a filantropia, porém a coloca como uma ação social externa à empresa, a qual se expressa com trabalhos comunitários, associações, conselhos tendo como beneficiária direta a comunidade que a empresa está inserida. Outra autora também apresenta a filantropia na questão empresarial. Rothgiesser (2004) define a filantropia empresarial vendo-a como uma oportunidade em que as empresas têm de praticar ações pontuais, ou seja, em eventos especiais, seja através de campanhas de arrecadação para doações. Isto é, não há um processo de atuação social contínuo; as ações vão de encontro com a demanda da sociedade, atuam de forma reativa. Além disso, as empresas

filantrópicas acabam por atuar de forma assistencialista, não incorporando então mudanças que possam influenciar de forma social e sustentável.

Cabe então entender se existem diferenças nos termos relacionados a filantropia e a responsabilidade social, para que se possa melhor compreender a responsabilidade social empresarial. Logo, Melo Neto e Fróes (2001) caracterizam os dois termos conforme o quadro 1 abaixo:

Filantropia	Responsabilidade Social
Ação Individual e voluntária	Ação coletiva
Fomento da caridade	Fomento da cidadania
Base assistencialista	Base estratégica
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados	Extensiva a todos
Prescinde de gerenciamento	Demanda de gerenciamento
Decisão individual	Decisão consensual

Quadro 1 – Diferenças entre Filantropia e Responsabilidade Social
 FONTE: Adaptado de MELO NETO; FRÓES, 2001

Se torna pertinente aprimorar a interpretação de do conceito de responsabilidade social empresarial ou corporativa incluindo não somente o conceito de filantropia, como também de desenvolvimento sustentável e cidadania empresarial.

2.2.2 Reponsabilidade Social Empresarial ou Corporativa

Como forma de introduzir o tópico, importante incluir um quadro que se baseia nas descrições de Melo Neto e Fróes (2001), porém Ramos (2010), inclui o conceito de desenvolvimento sustentável para essa comparação. Veja o quadro 2 que segue:

Filantropia	Responsabilidade Social	Desenvolvimento Sustentável
Ação individual e voluntária	Ação coletiva	Ação global
Fomento da caridade	Base estratégica	Base continuidade devida
Base assistencialista	Base estratégica	Base continuidade de vida
Restrita a empresários, filantrópicos e abnegados	Extensiva a todos	Extensiva a todos em um conceito sistêmico que envolve do indivíduo às nações
Prescinde de gerenciamento	Demanda gerenciamento	Demanda consciência
Decisão individual	Decisão consensual	Decisão sistêmica

Quadro 2 – Diferenças entre filantropia, responsabilidade social e desenvolvimento sustentável
 FONTE: RAMOS (2010) *apud* MACHADO (2014, p.8)

Sobre as diferenças expostas nos quadros, a ISO 26000 esclarece pontos importantes:

Os elementos da responsabilidade social refletem as expectativas da sociedade em um momento específico, sendo, portanto, passíveis de mudança. Conforme as preocupações da sociedade mudam, suas expectativas em relação a organizações também mudam para refletir essas preocupações. A noção inicial da responsabilidade social era centrada em atividades filantrópicas, como doações a instituições beneficentes. Temas como práticas de trabalho e práticas leais de operação surgiram há mais de um século. Outros temas, como direitos humanos, meio ambiente, defesa do consumidor e combate à fraude e à corrupção, foram acrescentados ao longo do tempo, conforme foram recebendo maior atenção. (2010, p. 5)

Felden et al (2007) afirma que existem alguns autores que dissertam sobre a única responsabilidade de uma empresa ser para com a geração de lucro, porém, outros autores relatam que por essas empresas usarem recursos vindos da sociedade, as organizações devem manter atitudes éticas e responsáveis com todos envolvidos nessa relação.

Para Friedman (1970), a responsabilidade social das empresas seria a utilização de todos os seus recursos em atividades que visem a aumentar seus próprios lucros. O mesmo autor ainda complementa que as empresas, ou os negócios, não poderiam ter “responsabilidade social”, o que caberia somente a indivíduos, não a organizações.

2.2.2.1 Histórico do conceito de Responsabilidade Social

Machado (2014) menciona que as primeiras abordagens entre empresas e o corpo social na qual pertenciam foram detectadas ainda no século XIX, quando surgiram as primeiras discussões sobre questões sociais e seus impactos no contexto econômico.

Outro autor, Carroll (1979) reconhece evidências nos Estados Unidos anteriores à década de 50, quando os homens de negócios eram perguntados em entrevistas à revista Fortune sobre suas responsabilidades sociais. Machado (2014) menciona o trabalho de Howard R. Bowen, *Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios*, de 1953, como o provável o primeiro texto a considerar de forma objetiva o conceito de responsabilidade Social.

Na década de 60, autores apresentaram o conceito de responsabilidade social como o reconhecimento da intimidade das relações entre as organizações e a sociedade, aceitando que estas relações devem ser mantidas pela alta direção

enquanto a empresa e os grupos interessados perseguem seus respectivos objetivos. Já na década de 70, na França, o chamado “Balanço Social” surge com o objetivo de publicar e divulgar as ações de cunho social de determinada empresa. A emissão deste balanço viria a se tornar obrigatória em 1977 para empresas com mais de 750 funcionários. Começa, então, a mudança do conceito de Responsabilidade Social do Indivíduo e da Responsabilidade Social da Empresa. (MACHADO, 2014).

Segundo o mesmo autor ainda, o Banco Mundial e o Livro Verde também tratam do conceito de responsabilidade social nos anos 2000, definindo-o de forma geral como:

o compromisso empresarial de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando em conjunto com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida, de maneiras que sejam boas tanto para as empresas como para o desenvolvimento (BANCO MUNDIAL, 2002, apud MACHADO, 2014, p. 11).

Apesar de ainda haver uma considerável variedade de conceitos para definir responsabilidade social, a norma ISO 26000 agrega todos os demais conceitos de forma simples e objetiva:

Responsabilidade social - responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente por meio de um comportamento ético e transparente que

- contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e bem-estar da sociedade;
- leve em consideração as expectativas das partes interessadas;
- esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas internacionais de comportamento; e
- esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações (ISO 26000, 2010, p. 4).

Assim, a Responsabilidade Social não somente se estabelece como uma responsabilidade das empresas, como também, passa a ter uma dimensão prática na direção de um objetivo comum, trazendo clareza para qualquer avaliação futura sobre o tema, sua aplicação e gestão dentro das organizações.

2.2.2.2 Níveis de Responsabilidade Social

Machado (2014), dentro desta perspectiva, e analisando as responsabilidades dos impactos gerados, estendendo a impactos sociais e ambientais, e considerando a complexidade em se definir se uma empresa é responsável socialmente ou não, pode-se pensar em níveis de responsabilidade social. Um destes modelos para definição de níveis foi sugerido por Enderle e Tavis, conforme aponta Machado (2014):

Nível 1	Requisitos éticos mínimos quando a empresa atende e cumpre com todas as suas obrigações legais.
Nível 2	Obrigações consideradas além do nível mínimo quando além de atingir o nível 1, a empresa atende às expectativas da sociedade
Nível 3	Aspirações a ideais éticos quando a empresa, após atender às leis e a sociedade, busca ideais éticos que superam as obrigações legais e as expectativas da sociedade.

Quadro 3 - Níveis de Responsabilidade Social

Fonte: ENDERLE; TAVIS (1998) apud MACHADO (2014, p. 12)

Tais descrições de conceitos, de compreensão da responsabilidade social, bem como dos níveis ajudarão a melhor compreender, como uma empresa de TI manifesta sua responsabilidade social e o quanto essas ações fazem parte da sua história e do contexto no qual ela está inserida. E assim como a filantropia está relacionada com responsabilidade social, estes dois estão relacionados com a cidadania empresarial

2.2.3 Cidadania Empresarial

Machado (2014) apresenta os três conceitos de forma ampla e caracterizadora, onde se possa perceber onde os termos se convergem e divergem no cenário empresarial. O autor apresenta um quadro com esta diferenciação baseado na tabela de Felden et al (2007):

Filantropia Empresarial	A filantropia empresarial pode ser conceituada como ação social, de natureza assistencialista, caridosa e temporária. O ato filantrópico praticado pela empresa não garante que a mesma esteja trabalhando de acordo com a legislação trabalhista e fiscal ou respeitando o meio ambiente.
Responsabilidade Social Corporativa	A definição de responsabilidade social corporativa é o conceito que engloba toda a cadeia produtiva da empresa, designa atenção tanto ao seu público interno como para os agentes externos, ou seja, a sociedade. Mas deve englobar também a prática do diálogo e da gestão que resultem em um relacionamento transparente das empresas com os demais públicos como: empregados, consumidores, clientes, fornecedores, governos e sociedade.
Cidadania Empresarial	O termo cidadania empresarial é utilizado para designar o envolvimento de empresas em programas sociais, incentivo ao trabalho voluntário, compartilhamento de seus conhecimentos gerenciais, de desenvolvimento de parcerias com fundações e associações e de apoio a projetos sociais.

Quadro 4 – Conceitos de atuações sociais

FONTE: Adaptado de FELDEN et al (2007) apud MACHADO (2014, p.7)

A cidadania empresarial é um conceito que está se tornando evidente e recebendo atenção do governo americano, segundo Ashley; Countinho; Tomei (2000):

Em 1996, o Presidente dos Estados Unidos da América, Bill Clinton, promoveu uma conferência reunindo empresários, líderes trabalhistas e estudantes para discutir, disseminar e incentivar práticas de cidadania empresarial. Clinton destaca cinco princípios da cidadania empresarial:

ambientes de trabalho favoráveis à vida familiar dos empregados, seguro saúde e plano de previdência, segurança no trabalho, investimento nos empregados e parceria com os empregados. Em seu discurso o Presidente dos Estados Unidos acrescenta uma outra conotação para o termo cidadania empresarial, a qual contempla apenas um dos grupos de stakeholders: os funcionários, deixando de considerar os demais grupos (p.6).

Altman (1998) discorre sobre a cidadania empresarial como uma função de relações comunitárias corporativas (CCR), definindo-a por uma interação intencional das empresas entre grupos de cidadãos, atores ao nível da comunidade e organizações sem fins lucrativos. Neste sentido então, fica claro entender as razões da cidadania empresarial ter suas origens em ações de caráter paternalista, pois o objetivo era consolidar relações entre as empresas (organizações) e a comunidade na qual estavam inseridas (MAYHEM, 1999).

Em contrapartida, Martinelli (1997) explica alguns estágios em uma perspectiva de evolução da organização para alcançar o entendimento da cidadania empresarial. Ashley; Countinho; Tomei (2000) resumem esses estágios da seguinte forma:

- a) a empresa unicamente como um negócio, instrumento de interesses para o investidor, que em geral não é um empresário, e sim um “homem de negócios” com uma visão mais imediatista e financeira dos retornos de seu capital;
- b) a empresa como organização social que aglutina os interesses de vários grupos de stakeholders - clientes, funcionários, fornecedores, sociedade (comunidade) e os próprios acionistas – e mantém com eles relações de interdependência. Estas relações podem estar refletidas em ações reativas (resolução de conflitos) ou pró-ativas, tendo para cada grupo de stakeholders uma política clara de atuação.
- c) a empresa-cidadã que opera sob uma concepção estratégica e um compromisso ético, resultando na satisfação das expectativas e respeito dos parceiros. (p. 7)

Segundo Martinelli (1997) é no estágio de empresa-cidadã que há uma transformação no ambiente social, onde os resultados vão além do balanço econômico e cruzam a fronteira com a comunidade, passando a se posicionar de forma proativa contribuindo para a sociedade. Pois, uma empresa classifica neste estágio passaria a ter instrumentos e objetivos sociais, agregando valor ao seu papel de agente econômico: o papel de agente social, pois os recursos do seu negócio seria então, em benefício da transformação da sociedade para o desenvolvimento de um bem comum. O autor argumenta ainda, que para a empresa que promove ações sociais, a prática da cidadania empresarial traria um valor a sua imagem para com a sociedade e empresas concorrentes, um desenvolvimento para lideranças com caráter social presente tornando-os mais conscientes e socialmente responsáveis, um aumento na pesquisa de clima organizacional, onde a motivação seria evidente devido

ao aumento da autoestima e reconhecimento e orgulho pela participação em ações sociais promovidas pela própria organização.

Dessa forma, há um autor que propõe uma convergência entre os conceitos de cidadania empresarial e responsabilidade social empresarial, direcionando para a cidadania empresarial então, quatro elementos: econômico, legal, ético e filantrópico. Pois, é assim que Carroll (1999) entende que boas empresas-cidadãs (MARTINELLI, 1997) devem ser lucrativas, obedientes as leis, exercendo comportamento ético, e retribuindo à sociedade de forma filantrópica.

Diante de elementos e conceitos que se convergem e divergem simultaneamente, há um ponto que centraliza todos esses termos: a sociedade. É em prol dele que organizações se constituem e desenvolvem ações, é para o benefício delas que projetos sociais são executados, é para a construção de uma comunidade melhor que trabalhos são realizados. Logo, entender o desenvolvimento no ponto central da discussão da pesquisa se torna relevante para a compreensão dos impactos na própria sociedade, como para os voluntários.

2.3 DESENVOLVIMENTO SOCIAL

A relação do desenvolvimento com o subdesenvolvimento se faz presente em grande parte das abordagens teóricas existentes sobre o assunto, desde uma visão de etapas que devem ser superadas como visto em Rostow (1978) até as ideologias de superação da ideia de desenvolvimento centrado no crescimento meramente econômico. Logo, inclui-se aí a questão social como parte presente do desenvolvimento.

A ideia de subdesenvolvimento é apresentada ao mundo no discurso de posse do então presidente Harry S. Truman nos Estados Unidos da América, em 1949 o qual se entende que as nações com baixo desenvolvimento industrial e econômico ainda não alcançaram o modelo ideal de sociedade, dita desenvolvida. Esse discurso deu o início para a discussão da situação em que se encontravam os países pouco industrializados, além de impor novas condições e metas para que todos atingissem o tão almejado desenvolvimento. Conforme o discurso de Truman, os EUA tinham o compromisso de incentivar as nações subalternas que deveriam superar seu estado de subdesenvolvimento, através dos caminhos que os países adiantados seguiram. Cabe ressaltar que se trata de um contexto pós Segunda guerra mundial, o qual as

grandes potências estavam com as bases econômicas, políticas e sociais enfraquecidas e as ex-colônias com um crescimento econômico singular. Além disso, o mundo se dividia em ocidente capitalista desenvolvido considerado então “primeiro mundo”, oriente socialista como “segundo mundo” e as demais nações como subdesenvolvidas consideradas “terceiro mundo”. Neste sentido, o desenvolvimento passou a ser associado: à modernização, industrialização, acesso ao consumo, superação dos modelos tradicionais de produção – principalmente no que tange a agricultura -, entre outras funções econômicas. Sinteticamente, passa a existir um modelo ideal de sociedade baseada nos países industrializados e os demais que não fossem como tal deveriam se adaptar para alcançar esse status.

Diante dessa ânsia em especular os métodos para atingir o desenvolvimento, em especial na América Latina, surgiram muitos estudos. Rostow (1978) apresenta a ideia de desenvolvimento por etapas. Este autor toma como base para seu escrito o modelo de produção e organização social, buscando elucidar o caminho que as sociedades devem fazer para alcançar o crescimento econômico, são elas: sociedade tradicional, condições para o arranco, o arranco, a marcha para maturidade e o consumo de massa.

A sociedade tradicional tem como característica principal o modo de produção agrícola e a imprevisão dos processos, ou seja, o volume de produção tinha dependência contínua com as condições impostas pela natureza, gerando o que o autor chama de *“teto de nível alcançável de produção per capita”*. A etapa das condições para o arranco é parte do momento de transição da sociedade tradicional para o desenvolvimento, sendo elas: a nova capacidade humana de “dominar” a natureza e assim prever e organizar sua produção; integração entre as sociedades, e a tentativa de obter um Estado nacional centralizado que passasse a substituir os interesses regionais, agrários e colonialistas. Referente à fase do arranco, Rostow (1978) comenta que é o momento em que não há mais como segurar o avanço tecnológico e econômico da sociedade em prol de um ou outro interesse, ou seja, a cultura da sociedade muda seu foco produtivo. A mudança no modelo de produção agrícola, segundo o autor é condição indispensável para o sucesso do arranco. Na etapa da marcha para maturidade a economia permanece em ascensão, aumentando a renovação da tecnologia. Além disso, aumenta a interação entre as nações, neste sentido as técnicas vão ganhando aperfeiçoamento e a sociedade torna-se mais complexa e com processos cada vez mais tecnológicos – impulsionando a criação de

meios de transporte, estradas, etc. Finalmente a era do consumo de massa é a fase em que boa parte da sociedade conseguiu ultrapassar as necessidades mínimas de consumo, bem como o aumento dos profissionais especializados. A expansão tecnológica ainda existe nesta etapa, mas deixa de ser o objetivo supremo, sendo assim os processos políticos e sociais ganham espaço e desenvolvem-se na busca por recursos de assistência social e produção de bens mais duráveis e difusões de serviços em massa.

Diante disso, citar Amartya Sen (s/d) se torna relevante uma vez que o autor enxerga o desenvolvimento como algo além do elemento econômico. O autor acredita que o crescimento econômico vinculado ao desenvolvimento não tem como ser considerado um fim em si mesmo, mas sim, é algo relacionado com a melhoria de vida dos seres humanos e conseqüentemente com o fortalecimento das liberdades. Como exemplos, então, Amartya apresenta os serviços de educação e saúde e direitos civis como fatores ou agentes promoventes da liberdade defendida. Tendo, por sua vez, essa liberdade considerada como o principal meio para o desenvolvimento.

Na sua obra há ainda a diferenciação das liberdades em liberdade constitutiva e liberdade instrumental. Onde a primeira se refere àquelas liberdades substantivas, ou seja, as capacidades elementares como as condições de evitar privações, isto é, ter participação política e liberdade de expressão. Enquanto a segunda retrata a liberdade na qual pessoas têm de viver como bem desejarem.

O autor afirma que os diferentes tipos de liberdade apresentam interrelações entre si, isso faz com que um dos tipos de liberdade possa contribuir para promover liberdades do segundo tipo, chamando essa interrelação, então de duas funções de liberdade. Logo, a liberdade oriunda desta disposição acaba sendo influenciada pelos próprios atos livres dos atores em uma via, neste caso, de mão dupla, pois a capacidade de participar da escolha social e da tomada de decisões públicas podem impedir o progresso destas oportunidades, ou podem ampliar sua própria liberdade.

Desta forma, as liberdades, como a liberdade de assistência médica, a de receber educação básica, a de participação política, entre outras, não contribuem apenas para o desenvolvimento, pois são fundamentais para o fortalecimento das próprias liberdades constitutivas. O autor ainda coloca que, de forma inversa, a limitação de uma liberdade específica contribuirá para a privação de outras, ou seja, as capacidades podem ser aumentadas pelas políticas públicas, os incentivos dos

governos a programas sociais, mas também, pode acontecer que a direção da política pública venha a sofrer influência devido ao uso das capacidades do povo.

Outro ponto importante da obra de Amartya Sen, é de como as liberdades instrumentais se consolidam; através da força da democracia. Embora a força da democracia, a liberdade instrumental no caso, seja composta pelas liberdades políticas (direitos civis), acaba de certa forma possuindo importância direta pelo aumento das capacidades dos indivíduos, permitindo que as pessoas sejam ouvidas expressando suas reivindicações, ou colaborando com outras. O autor cita a segurança protetora como exemplo, pois ela resguarda os indivíduos em situações de vulnerabilidade social de caírem em miséria por meio da seguridade social além de outras medidas que possibilitem garantias mínimas de sobrevivência.

É por isso então, que Sen (s/d) aborda a pobreza como privação de capacidades, pois conforme o autor ela não é puramente a falta de rendimentos dos indivíduos, mas sim é a privação das suas potencialidades, tendo papéis sociais, idade, localização da moradia, como exemplos de fatores motivadores.

3 METODOLOGIA

Tem-se perante o trabalho de conclusão de curso a ser realizado, o conceito de monografia:

[...] um estudo sobre um tema específico ou particular, com suficiente valor representativo e que obedece a rigorosa metodologia. Investiga determinado assunto não só em profundidade, mas em todos os seus ângulos e aspectos, dependendo dos fins a que se destina (MARCONI; LAKATOS, 2001, p. 151)

A partir daí o trabalho buscará identificar as ações sociais desenvolvidas pela empresa bem como seu impacto na comunidade e nos voluntários. Além disso, analisará benefícios e/ou malefícios das ações para a empresa.

De acordo com Gil (2002), em relação às pesquisas utiliza-se uma classificação com base nos objetivos gerais a serem estudados no trabalho, classificando-a pesquisa em três possíveis grupos: exploratórias, descritivas e explicativas. O trabalho aqui tratado será definido como uma pesquisa exploratória, pois segundo o mesmo autor, este tipo de pesquisa tem “como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (p. 41).

Já Marconi e Lakatos (2007) trazem o conceito de Selltitz et alii como estudos formulativos, sistemáticos ou exploratórios: “ênfaticam a descoberta de ideias e discernimentos” (p.20). Gil (2002) afirma que o aprimoramento de ideias e a descoberta de intuições são objetivos essenciais para uma pesquisa exploratória. O autor aborda ainda sobre o planejamento desse modelo de pesquisa, destacando o estudo de caso e a pesquisa bibliográfica como os mais pertinentes.

O presente trabalho apresentou uma pesquisa bibliográfica, bem como, abordou aplicações utilizadas em um estudo de caso, uma vez que toda a pesquisa foi baseada em ações sociais realizadas por uma única empresa: SAP Labs Latin America.

Tem-se, portanto o objetivo do estudo de caso, conforme Martins e Theóphilo (2007, p. 61 e 62):

[...] seu objetivo é o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente. Trata-se de uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de seu contexto real [...] O trabalho de campo de uma pesquisa orientada pela estratégia de um Estudo de Caso é precedido pela exposição do problema de pesquisa [...] do enunciado de proposições [...] que compõem a teoria preliminar que será avaliada a partir dos achados da pesquisa; de uma plataforma teórica; de um detalhado planejamento de toda a investigação [...]

Visto que a confiabilidade de um estudo de caso pode ser confirmada pela utilização de várias formas de evidências, “a convergência de resultados advindos de fontes distintas oferece um excelente grau de confiabilidade ao estudo” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 68).

Tendo em vista os objetivos específicos a serem esclarecidos, a pesquisa se deu da seguinte forma:

- a) Para o objetivo “Descrever as ações sociais realizadas pela empresa da área de TI”, a coleta de dados foi feita por meio de pesquisa bibliográfica em materiais internos e matérias divulgados pela imprensa, além de conversas com o responsável do grupo CSR – *Corporate Social Responsibility*.
- b) Para o objetivo “Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia da comunidade”, os dados foram extraídos por meio de três entrevistas com diferentes instituições. As entrevistas foram realizadas com os líderes/diretores das organizações, com duração média de 45 minutos. Tais instituições são as que participam das ações realizadas pela empresa. A ideia aqui foi entrevistar instituições que façam parte dos diferentes pilares do CSR.
- c) Para o objetivo “Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia dos voluntários”, a coleta foi realizada com questionários, os quais foram aplicados aos voluntários que auxiliam nas ações realizadas, ou seja, os funcionários da SAP e o objetivo foi interpretar as experiências deles e identificar como elas impactam no seu dia-a-dia. A amostra dos funcionários para os quais foram enviados os questionários, foi baseada nas pessoas que mais participam das ações e estão diretamente vinculadas ao CSR, em torno de 60 colegas, recebendo um retorno de 14 questionários respondidos.
- d) Por fim, para o objetivo “Verificar quais são os benefícios ou malefícios dos resultados dessas ações para a empresa de TI no âmbito local”, os dados coletados pelas entrevistas, juntamente com os questionários e a conversa com os líderes foram confrontados com a teoria para que se pudesse interpretar e verificar elementos que qualificam as ações em benefícios ou malefícios aos atores principais dessa relação de responsabilidade social.

Com isso, então, entende-se por entrevista:

[...] um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social. [...] trata-se, pois, de uma conversação face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária (MARCONI; LAKATOS, 2007, p. 92).

Há, ainda, três tipos de entrevistas avaliados pelas mesmas autoras, sendo elas: padronizada ou estruturada; despadronizada ou não estruturada; painel. O tipo utilizado foi a padronizada ou estruturada, forma essa, a qual aborda um roteiro previamente estabelecido, com perguntas já planejadas, com o objetivo de obter respostas às mesmas perguntas, quando as feitas para diferentes entrevistados, fato que será realizado na pesquisa.

Sendo a segunda forma de abordagem um questionário, Rampazzo (2004, p.112) o definem como:

Um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisado devolve-o do mesmo modo.

De uma forma geral, para o estudo dos dados, foi realizada uma análise qualitativa. Martins e Theóphilo (2007) definem a pesquisa quantitativa, afirmando: “ela envolve coleta, classificação, sumarização, organização, análise e interpretação de dados. Ou seja: métodos e técnicas para busca de sínteses e interpretações de um conjunto de dados numéricos” (p. 103). Ao se tratar de uma pesquisa qualitativa Rampazzo (2004) aborda a pesquisa da seguinte forma: “[...] busca uma compreensão particular daquilo que estuda: o foco da sua atenção é centralizado no específico, no peculiar, no individual, almejando sempre a compreensão e não a explicação dos fenômenos estudados” (p. 58).

Martins e Theóphilo (2007) apresentam características que definem a pesquisa qualitativa, são elas: os dados coletados são predominantemente descritivos; preocupação com o processo e não somente com os resultados e o produto; análise indutiva dos dados – “[...] não se busca comprovar evidências formuladas *a priori*. Os dados são analisados à medida que são coletados” (p. 136). Dessa maneira, a pesquisa qualitativa “tem como preocupação central descrições, compreensões e interpretações dos fatos ao invés de medições” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 136).

Portanto, foram analisados além das entrevistas com a comunidade participante das ações e com os líderes do projeto CSR, os questionários aplicados com os voluntários da empresa. O trabalho teve, então, por fim, o objetivo de verificar o impacto das ações sociais da SAP Labs Latin America na comunidade e com os voluntários.

4 ANÁLISE DOS DADOS

O presente capítulo tem por objetivo analisar e descrever os resultados provenientes da pesquisa acadêmica com o intuito de responder os objetivos propostos por esse estudo. Analisar os dados coletados faz parte da principal etapa de uma pesquisa, pois possibilita a interpretação dos resultados por ela obtidos.

4.1 A EMPRESA

Este subcapítulo irá apresentar os dados coletados para a resposta do primeiro objetivo do trabalho: “Descrever as ações sociais realizadas pela empresa da área de TI”. Para tal, apresentará a empresa na qual o estudo se baseia, bem como suas ações e atividades no âmbito social, para que se possa desenvolver uma melhor avaliação perante os resultados a serem obtidos na pesquisa acadêmica.

4.1.1 SAP

A SAP é uma empresa da área da tecnologia da informação. Iniciou suas atividades na década de 70, em Walldorf na Alemanha. Atualmente, a empresa atinge níveis globais com sedes espalhadas por todo mundo. Cinco engenheiros, ex-funcionários da famosa IBM, se uniram, então, para formarem empresa que é conhecida mundialmente pelo desenvolvimento de software de gestão.

A SAP ao longo do tempo adquiriu grandes empresas para compor seu vasto repertório na área de TI. Além do mais conhecido R/3 ou ERP, SuccessFactors e Concur formam as últimas aquisições da empresa alemã. A SAP entra no mercado Cloud para manter a alta competitividade do mercado dessa área.

Eis, então, a melhor definição do que a SAP representa:

A SAP está no centro da revolução tecnológica atual. Na condição de líder de mercado no ramo de softwares aplicativos empresariais, ela ajuda as organizações a enfrentarem os efeitos danosos da complexidade, além de conseguirem gerar novas oportunidades de inovações e crescimento e se manterem à frente da concorrência. (Sobre a SAP – Disponível em: <www.sap.com.br>)

4.1.2 SAP Labs Latin America

De acordo com o site da SAP, se estabeleceu em junho de 2006, a SAP Labs Latin America, em São Leopoldo, localizado no estado do Rio Grande do Sul. O Labs é o primeiro local de suporte e desenvolvimento SAP dedicado à América do Sul, o laboratório da SAP se integra estreitamente com a rede global de apoio ao desenvolvimento SAP.

Além disso, o SAP Labs está localizado dentro do parque tecnológico no campus da Universidade Unisinos, o ambiente de inovação e aprendizagem contínua é propício para a criação de um ambiente de trabalho motivador e desafiador, relata o site. A principal vantagem do laboratório da SAP no Brasil é a sua proximidade aos mercados em crescimento da América do Sul, enquanto opera nos fusos horários dos Estados Unidos. Os clientes, os parceiros e os grupos de usuários acabam interagindo de perto, através de intercâmbios e visitas regulares ao prédio da empresa.

A SAP Labs Latin America é também conhecida na região pelo conceito de sustentabilidade atribuído ao moderno prédio onde está instalada. O compromisso da SAP é também reduzir a questão da emissão de carbono global, por isso, o edifício do Labs foi projetado nos códigos do Conselho Norte-Americano de Edifícios Verdes para a nova construção de LEED Gold.

O código está focado na criação de um edifício sustentável, minimizando o impacto sobre o meio ambiente através da eficiência de energia e água, criando um ambiente de trabalho positivo para os funcionários. Entre os outros benefícios de sustentabilidade, o edifício tem seu próprio processo de tratamento de esgoto e um elevado grau de automatização para reduzir o consumo de energia. Através do processo de ideação, os funcionários projetaram seus espaços de trabalho próprios. O desenho e construção de um edifício de dois blocos de comprimento permite muita luz natural e fácil comunicação entre os funcionários. (Sobre a SAP – Disponível em: <www.sap.com.br>)

4.1.2.1 CSR – Corporate Social Responsibility¹

O CSR é um grupo formado pela SAP globalmente, isto é, existem representantes em cada uma das localidades da empresa que lideram esse grupo e suas atividades. O *Corporate Social Responsibility* da SAP Labs teve início em 2007, pois uma das funcionárias já havia realizado trabalho voluntário em outra empresa e essa experiência foi bem percebida pelo gerente geral da SAP Labs na época,

¹ Todas as informações foram retiradas de materiais internos de divulgação da empresa.

motivando a criação de outras ações. Começando, então, pelos trabalhos voluntários na comunidade através de doações de material escolar, agasalho, alimentos, etc. O estopim se deu então, quando globalmente ocorreu a Semana do Serviço, onde pode se espalhar as ações para todas as pessoas da empresa.

A visão principal do CSR e o que gera seus pilares e suas atividades é o argumento necessário para compreender a estratégia da SAP através da responsabilidade social:

Nossa visão é ajudar o mundo a se desenvolver melhor e melhorar a vida das pessoas. Esta é a nossa causa duradoura; é o nosso propósito mais elevado. Estamos ajudando os países, as organizações do setor privado e público e os cidadãos a controlar os riscos, garantir a conformidade regulamentar, operar com recursos eficientes e inovar novos modelos de negócios na economia digital, todos os dias. (Versão Original em inglês – Tradução da Autora. Material interno da empresa).

Ademais, a SAP através do CSR acredita que a TI tem o potencial de avançar os negócios e a sociedade, que a inovação tecnológica é a chave das grandes questões da sociedade mundial. Logo, a SAP tem o poder de aproveitar sua tecnologia, seu talento e sua experiência empresarial para impulsionar a inovação na sociedade.

Alguns dados importantes que explicitam e traduzem a relação da SAP com o desenvolvimento social principalmente na área da tecnologia da informação e com jovens. Atualmente, 1.3 bilhões de pessoas são jovens, 85% desses jovens vivem em países em desenvolvimento, 90 milhões são jovens ainda não empregados, e 300 milhões desses jovens exercem alguma atividade de subemprego. Logo, em 2020 a economia vai encarar uma escassez de talentos qualificados necessários para impulsionar a prosperidade e a segurança social. A SAP entende, então, que proporcionar ações sociais que ajudem e que possam atender essa necessidade do futuro é a forma de impulsionar os jovens ao estudo e ao conhecimento da área de TI.

O CSR possui três pilares, cada um deles com um propósito e objetivo distintos para que os três juntos atendam a demanda da sociedade local, mas principalmente estejam em sintonia com a visão e propósito da SAP em desenvolver pessoas jovens em situações de vulnerabilidade social para o mercado da tecnologia da informação.

1. **Assistencialismo – *Create the Change***: Por trás da tecnologia e dos negócios de sucesso, as pessoas possuem seu desejo de responsabilidade social. Os funcionários voluntários promovem mudanças positivas nas áreas de

vulnerabilidade social da comunidade local. Esse pilar está voltado para questões relacionadas ao assistencialismo, alguns projetos desenvolvidos:

- a. *Campanha de Doações*: alguma situação emergencial, doações para o período escolar, para o inverno, etc.
- b. *Campanha de Natal*: cartinhas escritas pelas crianças são recebidas pelos funcionários que atendem aos pedidos de Natal
- c. *Mês do Serviço*: inúmeras atividades são programadas ao longo de um mês, é um projeto que é desenvolvido simultaneamente em todas as localidades da SAP. Escolas/Creches/Asilos são escolhidos, onde os funcionários dedicam um período do seu trabalho para auxiliarem essas organizações nas suas demandas, sejam elas referente a reformas, conto de histórias, companhias, conversas.

2. **Educacional – *Skilled workforce***: No mundo interconectado de hoje, as habilidades de TI fornecem entrada para a economia moderna. A SAP apoia iniciativas educacionais inovadoras que ajudam os jovens a buscar carreiras científicas, TI ou empresariais/empreendedoras. Neste pilar, o CSR busca proporcionar atividades que atraiam jovens da educação pública para conhecerem o mercado da TI.

- a. *Latin Code Week*: esse projeto proporciona aos jovens compartilharem conhecimentos e experiências, além de aprendizagem sobre a o que acontece no mercado da tecnologia atualmente. O projeto surgiu, pois, os 2.5 millennials do mundo, serão 75% da população ativa em 2025, considerando que a falta de perfis técnicos na Região, no campo do STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática) é visível, a Latin Code Week surge para proporcionar essa preparação inicial. “Empoderar as gerações futuras com ferramentas de coding (programação) e habilidades necessárias para que sejam atores-chave do desenvolvimento econômico da América Latina”. (Missão da Latin Code Week. Disponível em: <<http://latincodeweek.org/por/sobre/>>).
- b. *TechSchool Social*: é um projeto da SAP Labs em conjunto com a Escola Estadual de Ensino Médio Polísinos, localiza também em São Leopoldo, onde o evento acontece na SAP para que os jovens possam conhecer a empresa e perceber que essa pode ser a realidade deles. Eles são

apresentados ao mundo da tecnologia e incentivados a continuarem os estudos sabendo das oportunidades que a empresa apresenta.

c. *Eu-Cidadão*: uma iniciativa do Centro de Cidadania e Ação Social da Unisinos juntamente com a SAP em somar esforços e recursos para a promoção da Inclusão Digital e o acesso às novas tecnologias da informação, provendo cursos e aulas para idosos e crianças.

3. **Empreendedorismo - *Entrepreneurship***: Apoio ao crescimento acelerado das empresas sociais que abordam os desafios sociais mais urgentes do mundo com modelos de negócios inovadores. Neste pilar, o CSR proporciona troca de conhecimento através da experiência da SAP com empresas inovadoras que atuam no âmbito social para mudança do paradigma social.

a. *Innomarathon LAC*: uma competição de inovação social promovida pela SAP Labs Latin America, com foco na resolução de problemas do cotidiano e melhoria das condições de vida da comunidade por meio do uso da tecnologia, as startups participantes da competição possuem autonomia para definir a solução desde que esteja dentro das propostas de empreendedorismo social, sustentabilidade educação ou serviços públicos. Para participar, os empreendedores devem apresentar soluções baseadas em big data (tecnologia para processamento de dados) ou IOT (Internet das Coisas). A empresa campeã ganha mentoria da SAP no desenvolvimento do projeto social.

As ações acima descritas diante dos pilares do CSR transparecem o propósito não somente da SAP Labs Latin America, mas também da SAP de forma global. Os projetos desenvolvidos pela empresa buscam promover a tecnologia da informação desenvolvendo jovens estudantes, além de proporcionar conhecimento para novas empresas empreendedoras que visam a melhoria da comunidade e o desenvolvimento social e local. Por isso a principal visão da SAP é melhorar e desenvolver as vidas das pessoas de forma inovadora.

4.1.2.2 *Os líderes e o impacto para a empresa*

Como forma de melhor entender o posicionamento da SAP perante aos projetos, bem como perante as instituições e para responder ao objetivo específico: “Verificar quais são os benefícios ou malefícios dos resultados dessas ações para a

empresa de TI no âmbito local”, foi realizada uma entrevista com a líder do CSR na SAP Labs, onde ela pôde explicar melhor a relação da SAP com as instituições, assim como, a relação com a responsabilidade social e o mercado.

Importante ressaltar que durante a entrevista percebeu-se o claro alinhamento do CSR na estratégia da SAP globalmente – “*to help the world run better and improve people’s lives*”.² Isto é, a empresa não se posiciona no mercado com ações sociais para se ter visibilidade, para fins de marketing de propaganda, mas sim como estratégia global – sua missão, visão e valores – em poder proporcionar um mundo melhor para as pessoas viverem, melhorando, então, a vida dessas pessoas.

Foi questionado como se dá a relação da SAP Labs com as instituições e como elas são escolhidas. A líder foi bem clara ao enfatizar que o início das ações aconteceu por iniciativas dos próprios funcionários, tendo então uma função mais assistencialista, ou seja, campanhas de doação era o foco principal, sejam elas de agasalhos, alimentos, matérias, enfim, de acordo com a demanda local. Até que o CSR foi criado globalmente, mantendo representantes nas localidades onde a SAP estava. O *Corporate Social Responsibility* na SAP Labs, na sua estrutura com pilares manteve o de assistencialismo e incluiu outros dois (Educativo e Empreendedorismo). Entende-se então que o assistencialismo faz parte da ideia de responsabilidade social mantida pela SAP, pois

[...] assistencialismo, da doação de algo ou prestação de serviço a alguém. [...] é destinado a população mais vulnerável, com o objetivo de superar exclusões sociais, defender e vigiar os direitos da cidadania e da dignidade humana. [...] a ajuda, é o princípio fundamental do assistencialismo e voluntariado. Quem pratica o voluntariado, que tem bases no assistencialismo, atende alguém que está necessitado. (LEONEL, 2006. Parágrafo Quarto).

A partir da declaração dada pela líder fica mais claro perceber o interesse dos funcionários em dispor de tempo, organização para poder se doar a uma ação em prol do próximo. A líder do CSR declara que as instituições chegam até a SAP Labs por intermédio dos funcionários, isto significa dizer, que eles buscam as instituições e sugerem as ações para cada um dos pilares e cada um dos coordenadores dos pilares vão até a instituição para conhecer, conversar, e entender qual a real necessidade daquela organização. Muito embora, hoje em dia, algumas instituições por saberem

² Ajudar o mundo a “rodar” melhor e desenvolver a vida das pessoas (Tradução). FONTE: SAP Purpose and Promise. Disponível em: < <https://www.sap.com/corporate/en/vision-purpose.html>>.

das ações da empresa já entram em contato querendo saber como elas podem participar também.

Há situações ainda que a empresa se utiliza do poder público para buscar instituições, os voluntários se reúnem e vão até a Secretaria da Educação da cidade para saberem qual instituição ou escola que necessita de apoio para determinada campanha que a SAP Labs realiza.

Além disso, a entrevistada respondeu se havia alguma forma de medir o impacto dessas ações, ela mencionou que existem métricas da empresa voltadas para o pilar de educação e para o pilar de assistencialismo – número de pessoas impactadas, número de voluntários e número de horas de voluntariado. A SAP entende também que essas métricas fazem com que seja percebido como a instituição lida com a ação recebida, ou seja, quantas pessoas essa instituição atende, de que forma ela utiliza as doações recebidas. No entanto, ao se tratar de ações de educação percebe-se que não somente a pessoa que recebeu o conhecimento está sendo impactada, mas sim toda a família, pois, normalmente são jovens em situação de vulnerabilidade social, que quando inseridos no mercado de trabalho acabam por proporcionar melhorias para a família como um todo.

Outra pergunta realizada foi quanto ao custo que a empresa desprende para poder realizar essas ações. Ficou claro durante a entrevista que a palavra custo é um pouco “pesada”, pois a SAP entende que, se o funcionário se disponibiliza como voluntário a fazer parte do projeto como um todo é porque gosta e porque já tem uma bagagem social vinda da sua vida particular, então, o fato de funcionários deixarem de realizar suas atividades fins para dispor de tempo para as ações sociais é uma atitude valorizada na empresa, justamente porque a SAP possui a responsabilidade social intrínseca a seus valores. No entanto, a líder deixou claro que existem sim uma contrapartida financeira vinda do time global do CSR, no qual cabe cada localidade destinar os valores necessários para a realização das ações em cada um dos pilares do projeto. Porém o investimento financeiro não é conforme a necessidade e sim pré-estipulado e faz parte do orçamento anual do CSR, muito embora, eles sempre gostariam de receber mais para poder realizar mais ações.

Quando questionada sobre a maior motivação para a realização dessas ações, a entrevistada mencionou a visão da SAP em fazer um mundo funcionar melhor e melhorar a vida das pessoas, como um ponto importante, pois o CSR se torna extremamente estratégico no quesito de “melhorar a vida das pessoas”. Nos últimos

5 anos, melhorar a vida das pessoas foi ganhando um peso maior para o CSR, pois a SAP se posiciona fortemente em regiões de vulnerabilidade social, exemplos citados foram a situação de Porto Rico, onde voluntários da SAP foram para lá para auxiliar, além de uma doação financeira; além disso na África, ações de educação realizadas pelo CSR são bem fortes principalmente pela relação próxima aos governos para o desenvolvimento social das cidades. Ou seja, o CSR é sim parte da SAP como um papel exclusivo de melhorar a vida das pessoas.

Amartya Sen (s/n) retrata fortemente esse ponto de desenvolvimento social, o desenvolvimento como liberdade, pois ele entende a pobreza, a vulnerabilidade social, como privação de capacidades, logo a SAP vem para modificar esse conceito, podendo proporcionar conhecimento em regiões de subdesenvolvimento claro e que necessita de apoio para o crescimento social na educação, na saúde, etc.

[...] a negação de oportunidades de transação, por meio de controles arbitrários, pode ser, em si, uma fonte de privação de liberdade. As pessoas, nesse caso, são impedidas de fazer o que se pode considerar – na ausência de razões imperiosas em contrário – ser do seu direito fazer. [...] se baseia simplesmente na importância da liberdade de troca e transação sem impedimentos (p.41).

Por fim, a última pergunta feita estava relacionada diretamente ao impacto das ações, ou seja, o que a SAP tem hoje que pudesse ser atribuído a realização das ações sociais feitas pela empresa. A líder do CSR mencionou sem dúvida o quanto essas ações mudam o pensamento de jovens sobre o mercado da TI, sobre trabalhar na SAP, o quanto as ações proporciona sonhos realizados a jovens. Ela enfatiza muito os projetos educacionais, principalmente porque a SAP entende que em breve faltará pessoas especializadas em TI, então, por que não proporcionar àqueles que, por diversos motivos não poderiam sozinhos, a obter o conhecimento e permitir que eles façam as suas escolhas e possam, quem sabe, trabalhar com tecnologia da informação, na SAP, “Isso é que faz meu olho brilhar”, mencionou a líder durante a entrevista.

Além disso, o desejo do CSR era poder contribuir junto às leis de incentivo que existem no Brasil, que, infelizmente, por questões fiscais e pela empresa ser alemã, eles não podem. O CSR da SAP Labs acredita que essa contribuição também faria a diferença para muitas instituições, e sem dúvida melhoraria a vida das pessoas.

O CSR é, então, um projeto que funcionários se voluntariam executando simultaneamente com suas atividades fins na empresa e sua dedicação com as ações executadas, essa proatividade, vem justamente por entender que os funcionários

gostam e entendem que aquilo sim vai fazer diferença em algum momento. Marcel Mauss (2000) coloca a dádiva como um aspecto fundamental que permite o apaziguamento e a sociabilidade entre os indivíduos. Tornando, dessa forma, a dádiva um elemento imprescindível para a socialização, uma vez que as relações humanas estão impregnadas da tríplice obrigação: dar, receber e retribuir. O autor analisou e descreveu as trocas e contratos nas sociedades arcaicas, percebendo que mesmo possuindo um mercado apoiando as transações, as relações e trocas eram feitas de uma maneira muito diferente da encontrada na sociedade moderna. Esse modelo de troca humana ancestral ao comércio baseava-se não num contrato finito, mas num encadeamento de dádivas e contradádivas que poderiam se suceder infinitamente.

A base das trocas dessas sociedades não se atinha à simples troca de bens, de riquezas, uma vez que trocavam também amabilidades, festins, ritos, '[...] a circulação das riquezas não é mais do que uma parte de um contrato muito mais geral e muito mais permanente.' (MAUSS, 2000, p. 55 *apud in* COLOMBO, 2008, p.33).

Logo, com esta teoria, se viu necessário entender a percepção dos voluntários diante das práticas das ações realizadas pela SAP, e perceber o que eles entendem como o maior impacto nas suas vidas e relações, participar de ações como as que o CSR promove.

4.2 OS VOLUNTÁRIOS

Para responder ao objetivo "Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia dos voluntários", foi proposto um questionário aos funcionários da SAP que estão vinculados ao CSR, ou seja, que já possuem histórico de participação em algum dos pilares e se dispõem a serem voluntários nas ações promovidas pela empresa.

De forma a quantificar e qualificar o público da pesquisa, as duas primeiras perguntas foram:

- 1) Qual o sexo que você se identifica?
- 2) Há quanto tempo trabalha na SAP?

Dos 58 questionários enviados, teve-se o retorno de 14 funcionários, sendo esses, 8 pessoas se identificando com o sexo feminino e 6 se identificando com o sexo masculino.

Qual o sexo você se identifica?

14 respostas

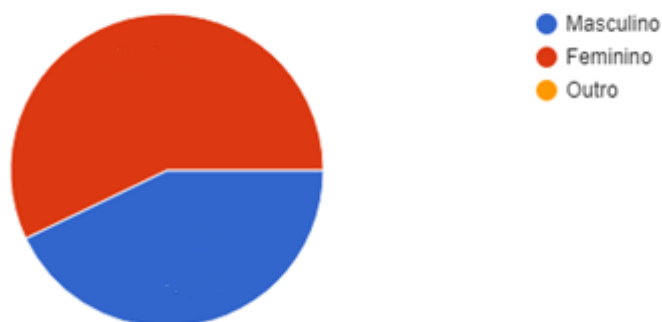


Gráfico 1 – Sexo
Fonte: da Autora (2018)

Percebe-se que não há um sexo predominante e que seja presente nas ações sociais, embora o feminino seja de maior número, pode-se identificar que mais mulheres responderam ao questionário. Neste caso, esse dado é apenas uma forma de identificar o público participante da pesquisa.

Quanto à segunda pergunta, sobre o tempo de SAP, houve bastante variação.

Há quanto tempo trabalha na SAP Labs Latin America?

14 respostas

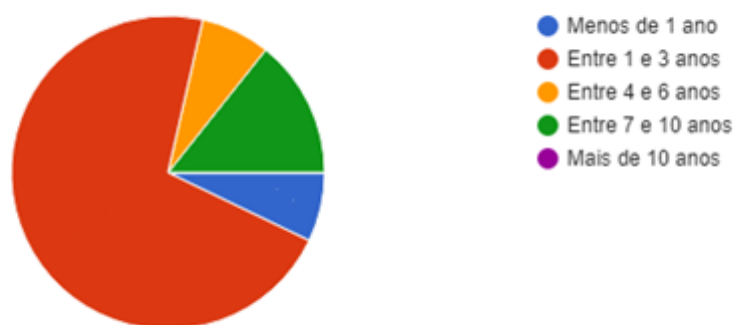


Gráfico 2 – Tempo de Empresa
Fonte: da Autora (2018)

De acordo com as respostas recebidas, o público que participou da pesquisa possui experiências distintas visto que seu tempo de empresa varia, onde a maior parte está entre seu primeiro e terceiro ano, e a segunda maior parte está entre 7 e

10 anos na SAP Labs. Nota-se também interesse no primeiro ano de empresa, como também um vínculo com o CSR com o passar do tempo.

Após os questionamentos para identificar o público da pesquisa, foram realizadas outras quatro perguntas, sendo elas abertas, para que os voluntários pudessem expressar seu real sentimento. Foram elas:

- 1) Sobre o CSR - Como as ações das quais você participa impactam no seu dia-a-dia? Quais são elas?
- 2) O que mudou na sua percepção após participar dessas ações?
- 3) Qual a sua maior motivação para participar de projetos como esse?
- 4) Qual é o maior benefício dessas ações, na sua visão? E o que poderia mudar?

Quanto a primeira pergunta, obteve-se 13 respostas, o público na sua maioria, se dedica mais ativamente em um dos pilares dos quais o CSR é formado, mas isso, de forma alguma, os impede de realizar e participar de outras ações. Muitos deles são mentores nos projetos educacionais como o TechSchool Social e o Eu-Cidadão, outros participam da organização do Innomarathon. No entanto, a participação no pilar de Assistencialismo, que é o “*Create the Change*”, é algo quase que unânime, muitos deles já participaram de campanhas de doações, seja ela de alimentos ou agasalhos, ou dos projetos da Páscoa ou do Natal com as crianças, ou do envolvimento com os passeios de crianças e adultos com autismo³, além do projeto global Mês do Serviço (*Month of Service*) que acontece simultaneamente em todas as localidades onde o CSR é presente na SAP.

Todos esses projetos nos quais os funcionários estão envolvidos, refletem em cada um sentimentos e experiências diferentes. No entanto, embora sejam distintos, todos eles traduzem sentimentos de recompensa, motivação, alegria, satisfação. Declarações como se sentir feliz em ajudar outras pessoas, se sentir útil em um mundo cheio de adversidades, perceber que um pequeno gesto pode fazer a diferença, ou ainda, sair da bolha e conhecer outras realidades, se fizeram presentes nas respostas. Além disso, os voluntários declararam haver uma troca de aprendizado, de valorização das oportunidades. Que a participação nos projetos sociais é algo que

³ A SAP possui um programa chamado *Autism at Work*, o qual “faz da neurodiversidade uma prioridade e busca promover iniciativas para a inclusão de pessoas com autismo em ambientes corporativos, inclusive, na força de trabalho da própria empresa.” Disponível em: < <https://news.sap.com/brazil/2017/04/05/autismo-no-trabalho-inclusao-e-diversidade/> > Acesso em 02 Jun, 2018.

impacta de forma positiva e revigorante não somente por ajudar ao próximo, mas para continuar o trabalho e perceber que a empresa se importa com as questões que fazem do mundo um lugar melhor.

Mediante a teoria da dádiva de Mauss (2000), fica mais claro entender a troca que explica através da tríplice: dar, receber e retribuir. Jacques (2010), esclarece que a dádiva entendida como as relações exercidas pelas pessoas, proporciona e gera vínculos, isto é, interessa ao autor da teoria, mais claramente o caráter voluntário, ou seja, prestações aparentemente livres e gratuitas, mas na realidade, é algo dado e retribuído, pois o principal está em entender o mecanismo ou a força que faz o donatário, nesse caso, o voluntário a retribuir o que foi recebido. Logo, a dádiva relaciona-se ao estabelecimento de relações sociais, pois, “entende-se por dádiva tudo o que circula na sociedade em prol do ou em nome do laço social.” (GODBOUT, 1998, p.06).

Por entender que essas trocas de relações sociais geram mudanças, foi preciso entender também, que mudanças os voluntários sentiram depois que iniciaram suas participações em projetos sociais na empresa. Como forma de sintetizar, pode-se dizer que os voluntários perceberam que existem outras realidades além da sua, e que é muito prazeroso fazer o bem. Assim como o impacto exercido no dia-a-dia de cada um foi distinto, mas mudanças também foram diferentes, afinal as experiências de cada um são diferentes. Enquanto uns tiveram que sair da sua zona de conforto e perceber novos desafios, outros perceberam que o benefício é recíproco, tanto para a empresa quando para a comunidade. Outros, declararam que é preciso reclamar menos, que há pessoas em situações mais delicadas e que querem fazer o bem. Outro exemplo percebido foi que a SAP é tida como referência nessas ações, e que nesse caso, há grande responsabilidade para com as instituições.

Com tudo, as mudanças são particulares, o desafio é individual, portanto, “toda representação é relação – isto é, funda-se sobre a união de uma dualidade de contrários” (JAMIN, 1992, p. 456). Entende-se, então, que a relação ela é construída pelas diferenças encontradas, e nesse caso, a troca dos voluntários para com as instituições é exatamente isso, realidades diferentes, que constroem relações para desenvolver a sociedade.

Os funcionários da SAP, voluntários do CSR também foram questionados sobre o quê os motiva a participar dessas ações, vale entender nesse caso, uma das linhas de pensamento, do que é motivação de fato:

[...] nem sempre dois indivíduos que agem da mesma maneira o fazem pelas mesmas razões. Pesquisas científicas realizadas sobre o comportamento motivacional revelam que não somente as pessoas têm objetivos diferentes, como as fontes de energia que determinam seu comportamento são extremamente variadas. Assim, o estudo da motivação humana consiste na pesquisa dos motivos pelos quais as pessoas fazem o que fazem e se encaminham em direção a seus objetivos – objetivos que são, em última análise, escolhas de ordem interior ou intrínsecas à personalidade de cada um. (BERGAMINI, 2002/2003, p. 64)

Mais uma vez, percebe-se que a personalidade e que as experiências de cada um influenciam diretamente nos elementos e nas razões motivadoras para a participação de alguma atividade, ou então, para a atingir algum objetivo. Para os voluntários, ajudar ao próximo, fazer o bem, receber um sorriso no rosto, tornar o mundo um lugar melhor, poder retribuir para sociedade oportunidades que os voluntários já tiveram, conhecer pessoas, ser agente de mudança do mundo, ou ainda ser uma pessoa melhor, são as descrições de motivação para o trabalho social. Percebe-se que em nenhum momento a carreira, o desenvolvimento profissional, o ganhar pontos com o chefe, ou se destacar são elementos motivadores. Todas as declarações estão relacionadas a cada um como pessoa, como ser humano, capaz de construir relações e de fazer o bem, capaz de aprender, capaz de conhecer e capaz de mudar.

Como última pergunta então, o benefício e as melhorias nas ações é que foram destaques. Aqui foi percebido que é difícil conseguir separar o impacto das ações no dia a dia de cada um com o benefício das ações, pois todos eles mencionaram de forma diferente o mesmo sentimento. De que poder proporcionar felicidade, poder ajudar com tão pouco, ter o reconhecimento das pessoas atendidas, sentir-se realizado com os resultados dos projetos, compartilhar conhecimento, atenção, amor, melhorar a autoestima das pessoas, ajudar as pessoas a alcançarem seus sonhos, mostrar que a vida vale a pena independente das dificuldades, são os maiores benefícios das ações. Aqui também se percebe o quanto o benefício é pessoal e particular, que embora seja a SAP que proporcione isso, em nenhum momento é mencionado benefício relativo à empresa, a sua visibilidade, e sim no quanto influenciar o mundo para o bem é humano e prazeroso.

Quanto as sugestões, muitos gostariam que mais pessoas se engajassem, pois quanto maior o número de voluntários, mais ações e mais comunidades e pessoas impactadas. Além disso, gostariam que a SAP pudesse dispor de mais dinheiro para ações específicas que geram mais retorno. Outros ainda mencionaram que poder

obter parcerias com o governo, com a comunidade outros resultados poderão ser obtidos e ainda mais positivos. E um ponto interessante também comentado foi da divulgação das ações dentro da própria SAP Labs, ou seja, potencializar a divulgação das ações para que mais pessoas se interessem e que as atividades possam ser ainda mais organizadas e estruturadas.

Jacques (2010) argumenta que a dádiva com modelo da ação igualmente voluntária, interessada e simbólica a qual resulta no estabelecimento de vínculos entre indivíduos e grupos sociais, conforme Mauss (2000), é particularmente interessante para a compreensão do fenômeno contemporâneo da Responsabilidade Social Empresarial. Logo, entende-se que a empresa, ao gerenciar suas atividades a partir de tais diretrizes, não busca expandir sua rentabilidade de forma única, mas sim, de estabelecer laços de sociabilidade entre seus parceiros, atores sociais, sejam eles fornecedores, sociedade civil (comunidade), funcionários, consumidores e/ou poder público. Portanto, é o que se percebe diante da declaração dos funcionários, o estreitamento dos laços para que os projetos sociais ganhem força e possam impactar ainda mais pessoas na comunidade.

Embora, a relação das ações dependa de uma forma intensa da participação e dedicação dos funcionários, entender como as instituições receptoras de tais projetos percebem a SAP e se sentem impactadas com as atividades, vale conhecer o que elas acreditam ser o maior impacto das ações sociais.

4.3 AS INSTITUIÇÕES

Como forma de responder ao objetivo específico: “Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia da comunidade”, entrevistas em três diferentes instituições foram realizadas. O propósito nesse caso, era poder conversar com ao menos um participante de cada um dos pilares propostos pelo CSR, logo, um participante para *Make the Change*, outro para o *Skilled Workforce*, e outro para o *Entrepreneurship*.

A primeira entrevista ocorreu com uma *startup* do Chile, a qual foi a vencedora do projeto Innomathon desenvolvido pela SAP no pilar de empreendedorismo. Quando questionada a respeito da visão que a entrevista tinha da SAP Labs Latin America, ela, para explicar a relação com responsabilidade social, mencionou ações que ela já tinha ouvido e lido a respeito que aconteceram na SAP Argentina, por exemplo, onde voluntários da SAP apoiaram um projeto para construção para pessoas

com deficiência motora. Ela comentou ainda sobre os projetos patrocinados pela SAP Labs Latin America, como o Innomarathon. Foi perguntado também como surgia relação dela com SAP através do projeto, e a entrevistada relatou que até surgir a oportunidade de se inscrever para o Innomarathon, ela não conhecia a SAP, que as pesquisas surgiram depois. O que a fortemente motivou a inscrição foi que por perceber que os incentivos à inovação social no Chile eram tão modestos, ela percebeu que esse “concurso”, poderia ser a oportunidade de apresentar seu projeto e fazê-lo ganhar força para que ela pudesse fazer sua parte para a mudança em um mundo melhor.

A reflexão sociológica contemporânea e em particular daqueles que se têm debruçado sobre a temática empresarial privilegiando a dimensão social deste universo definem a Responsabilidade Social Empresarial (doravante apenas RSE) como sendo: “a promoção da cidadania dos trabalhadores nos locais de trabalho, ao desenvolvimento de novas atitudes orientadas a conjugar o lucro e a competitividade com princípios éticos universais, à preservação do meio ambiente e da qualidade de vida da população (CAPELLIN et al 2002, p. 253 apud Gros, 2005). Trata-se sobretudo, de um conjunto de ações, protocolos e programas que vão além da letra da lei, num esforço de outorgar às empresas uma papel relevante na promoção do desenvolvimento sócio-econômico dos territórios onde atuam. (JACQUES, 2010, p. 44 e 45).

Neste trecho da autora citado, percebe-se que não somente a SAP possui um papel de responsabilidade social na sociedade, mas também as empresas/instituições que buscam na SAP o apoio para desenvolver seus projetos, também são agentes de mudança para uma sociedade melhor através da responsabilidade social. O que é o caso da entrevista realizada. Além disso, a entrevistada percebe a força da SAP como potência mundial e transformadora, isto é, ela diz que a empresa possui todas as fontes necessárias para mudar o mundo: dinheiro, tecnologia e pessoas. E que precisa-se aproveitar as oportunidades e não deixá-las passar.

Como sugestão de melhoria para as próximas edições do Innomarathon, ela declarou que o ideal seria a SAP Labs Latin America manter o foco nas empresas com projetos de inovação social aqui no Brasil. Ela declarou uma grande dificuldade no recebimento da mentoria para apoio no desenvolvimento do seu projeto, o que ela entende como uma grande perda, tendo em vista o potencial da SAP em poder contribuir.

A segunda instituição a ser entrevistada foi aquela que faz parte do pilar educacional, mais precisamente que participa do projeto TechSchool Social. A escola em questão faz parte da rede estadual do Rio Grande do Sul na cidade de São

Leopoldo. A conversa foi realizada com a diretora da escola a qual esclareu os questionamentos. O primeiro dele era entender se a escola era uma escola técnica, afinal participa de um projeto em uma empresa de tecnologia, mas a escola neste caso, é uma escola de ensino médio. Foi questionado em seguida como eles ficaram sabendo do projeto promovido pela SAP, a entrevistada contou que o coordenador do projeto, funcionário da SAP, foi até a escola para apresentar o projeto e questionar se eles teriam interesse em fazer parte. A pergunta seguinte estava ligada ao processo das atividades que ocorreriam entre a escola e a SAP, a diretora explicou que o projeto inclui 25 alunos do primeiro ano do ensino médio, os quais nos próximos três anos no período de junho a dezembro, com dois ou três encontros semanais, os alunos terão aulas de inglês, robótica, de códigos, de habilidades interpessoais, gerenciamento de projetos, entre outros. E o mais interessante é que os encontros acontecem na escola com professores da SAP, ou seja, funcionários voluntários se dispõem a realizar essas atividades.

Ao ser questionada sobre sua percepção a respeito da SAP Labs, a resposta foi direta e objetiva, dizendo que a SAP é uma multinacional onde muitas pessoas sonham em trabalhar, isto é, onde os alunos desejam trabalhar. Com isso, foi questionado o sentimento dela com essas ações, e ela comentou que é uma oportunidade para os alunos dela se prepararem para o mercado de trabalho, além de uma formação pessoal diante da experiência proporcionada pela SAP.

Quando as empresas se engajam em atividades que fortalecem a sociedade civil, tornando-a mais densa e articulada, elas estão contribuindo para a construção de uma sociedade em que fluxos de informação são mais ágeis, diversificados e desenvolvidos, e em que as possibilidades de mediação para conflitos entre atores sociais necessários para a boa condução dos negócios são maiores, em que as chances de se compartilhar os riscos envolvidos na produção de bens coletivos e na utilização conjunta de recursos escassos são maiores. Todos esses resultados são benéficos para a ação empresarial, que, como sabemos, é socialmente contextualizada (*socially embedded*). Assim, este é exatamente o tipo de sociedade que mais atende às necessidades das empresas na economia contemporânea.
(CHEIBUB; LOCKE *apud* KIRSCHNER, 2002, p.287)

Percebe-se, então, pela declaração da diretora juntamente com o entendimento dos autores sobre o engajamento de uma empresa em ações que fortalecem o desenvolvimento, o resultado é claramente benéfico, para a escola, para os alunos, para a empresa e para os voluntários. Não foi à toa, então, que a diretora sugeriu que outros projetos como esse pudessem ser oportunizados para que o auxílio na formação desses jovens fosse ainda mais intensos.

A terceira instituição a ser entrevistada, foi uma instituição que faz parte do pilar *Make the Change*, isto é, que se relaciona com a SAP através de ações de assistencialismo. Esta instituição, por sua vez, trabalha com adultos e crianças autistas. Interessante nesse ponto, é conhecer qual a condição do autista para entender a necessidade dele, pois como a própria diretora da instituição fala, cada autista é único. Nesse caso, a entrevista se iniciou com a relação dessa organização com a SAP, que se deu pelo fato da diretora ter se especializado em trabalhos com autistas, e a SAP a contratou para auxiliar no processo de seleção de autistas para trabalharem na SAP Labs.

A partir de então, a instituição faz parte do projeto *Month of Service*, do mês do autismo na SAP (abril) e das atividades do dia das crianças. Nessa relação então, a SAP além do apoio que eles necessitam, em abril e outubro é realizado uma tarde de passeio em um sítio em São Leopoldo, para que se possa proporcionar aos alunos autistas diferentes relações e atividades. Nesse momento, a relação dos voluntários da SAP com a instituição e com a família se estreitaram e se fortaleceram.

Quando questionada sobre como veem a SAP, ela mencionou que a empresa é uma oportunidade de divulgação onde as pessoas possam não somente saber sobre o autismo, mas respeitar o autista e principalmente incluir ele na sociedade, a qual hoje é tão difícil. Então, a socialização que a SAP proporciona para eles é algo que as famílias dos autistas que ficam na instituição comentam e anseiam por isso. Pois eles entendem a dificuldade que é sair com eles e modifica-los da rotina, mas o quanto os deixa felizes em poder ver a natureza e estar com outras pessoas. A diretora enfatizou que as famílias são gratas à SAP por propiciarem esse tipo de trabalho. A gratidão é também da própria instituição para com a empresa, pois além dos passeios, a SAP faz exposição do trabalho dos autistas, e todo valor arrecadado da venda é revertido para instituição, e eles usam para medicamentos àqueles que as famílias não podem adquirir, mas também para proporcionar bem-estar aos seus próprios funcionários em uma saída de confraternização.

Por fim, o desejo da instituição era poder receber auxílio financeiro através das leis de incentivo e do fundo da criança, para que eles pudessem reverter isso para as famílias por meio de medicamentos e outras atividades. Porém, a própria instituição reconhece que por a SAP ser uma empresa alemã há dificuldades fiscais que impedem esse apoio.

Através das entrevistas realizadas, percebeu-se o quanto impacto é particular. Assim como nos voluntários, o impacto nas instituições está muito ligado ao propósito e a expectativa de cada uma. Enquanto uma é extremamente grata a SAP por essas ações, outra acredita que a SAP tem o poder de mudar o mundo, mas ainda não o faz. No entanto, essas declarações estão muito mais relacionadas a experiência que cada uma delas vivenciou e de que forma a empresa atendeu a tais expectativas.

De toda forma, a troca de conhecimento, o entendimento do quão longe as ações sociais podem chegar, ficaram claras. Há sim impactos na sociedade na qual a empresa está inserida: jovens no mercado de trabalho, incentivo a projetos de inovação social, autistas inclusos na sociedade, enfim, gestos, que como os voluntários declararam, pequenos, mas que no fim transformam a vida das pessoas. Entende-se que a SAP está no caminho do seu objetivo: fazer o mundo melhor e melhorar a vida das pessoas.

4.4 SÍNTESE

OBJETIVO ESPEFÍFICO	ANÁLISE
Descrever as ações sociais realizadas pela empresa da área de TI.	A SAP possui diferentes ações que são organizadas e divididas em três pilares para que possam ser melhor administradas e /ou organizadas. São eles: <i>Create the Change</i> ; <i>Skilled Workforce</i> e <i>Entrepreneurship</i> . Em cada um dos pilares, as atividades estão relacionadas ao assistencialismo, à educação e ao empreendedorismo social, respectivamente. Dentre as ações estão: Doações, Mês do Serviço, TechSchool Social, Innomarathon, entre outros.
Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia da comunidade.	Quando questionados pelos impactos das ações sociais, as instituições entrevistadas percebem a posição da SAP Labs como influente na região devido às suas ações, entendem que a empresa possui mecanismos para transformar a vida das pessoas, pois propiciam oportunidades que muitos jovens e/ou adultos não teriam. No entanto, há também instituição que entenda que a SAP consiga exercer seu papel social na região, e que abrir para outras regiões e até fora do país dificulta com que a instituição possa ter a SAP como o suporte necessário no objetivo de transformar a vida das pessoas.
Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia dos voluntários.	Através de um questionário, os voluntários do CSR, funcionários da SAP, puderam expressar seu sentimento em relação as ações sociais que a empresa realiza. De forma geral, eles destacaram o quão realizador e transformador é poder participar de atividades como essa, e que poder promover àqueles que possuem poucas condições, um sorriso no rosto, ou um sonho realizado, é algo que sem dúvida impacta

	na vida deles, pois acreditam que é fazendo o bem que se pode transformar a vida das pessoas.
Verificar quais são os benefícios ou malefícios dos resultados dessas ações para a empresa de TI no âmbito local.	Para responder tal objetivo, além da percepção pelas instituições, pelos voluntários, uma entrevista com a líder do CSR foi realizada. Queria-se, então, entender o resultado dessas ações para a SAP, percebeu-se que em sua maior parte há maiores benefícios, como funcionários realizados por terem certeza que a empresa está alinhada com seus valores, instituições satisfeitas com as ações promovidas, parcerias com outras empresas para desenvolver atividades, mas principalmente, o maior impacto aqui é a estratégia da SAP, pois o CSR está diretamente ligado a isso, uma vez que o propósito da empresa é <i>“make the world run better and improve people’s lives”</i> . É por acreditarem nisso, que a SAP desenvolve ações que transformam a vida das pessoas de forma positiva e inovadora.

Quadro 5 – Síntese da Análise dos Dados
Fonte: da Autora (2018)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização da pesquisa, do referencial teórico, da análise dos dados é possível constatar que a SAP Labs Latin America se encaixa nos três termos abordados quando se trata de ação social: filantropia, responsabilidade social e cidadania empresarial. Isso acontece, porque a empresa possui valores condizentes as ações que ela promove, ou seja, uma vez que organização se relaciona com todos os seus grupos de interesse – os que a influenciam ou os que são impactados pelas suas ações – de forma ética, acredita-se que tenha uma igualdade entre seus projetos, seus valores, suas políticas, sua cultura e a sua visão estratégica.

Entender a tecnologia da informação atualmente é acompanhar as mudanças pelas quais o mundo vem enfrentado, não somente de caráter tecnológico em si, mas sociológico, de troca. A tecnologia é sim uma influenciadora, uma motivadora de ações que são exercidas diariamente.

Logo, a filantropia, a responsabilidade social e a cidadania se encaixam nesse contexto. Pois o desenvolvimento social faz com que se percebe que as três ações caminham juntas, porque muito embora se ajude ao próximo de forma assistencialista e caridosa, acaba-se envolvendo toda a cadeia na qual a empresa se insere: comunidade, público interno, clientes, governo, ou seja, tem-se a responsabilidade social intrínseca. No entanto, nada disso funcionaria, se os projetos sociais não existissem, se as parcerias entre as instituições e a SAP não acontecessem, portanto, eis a cidadania empresarial.

Além disso, vale lembrar que responsabilidade social não está vinculada apenas as ações sociais e/ou projetos sociais investidos e trabalhados. Ser socialmente responsável está em influenciar a comunidade e seu público de forma a desenvolver socialmente o ambiente em que se vive. Então, o desenvolvimento sustentável é também uma característica pertencente ao contexto da responsabilidade social. Nesse caso, a SAP Labs Latin America também é socialmente responsável pelo certificado verde (*Leed Gold*) atestando o bom uso de diretrizes sustentáveis na construção. Com isso, percebe-se o quão maior é ser socialmente responsável, o quão impactante é exercer com cidadania essas ações pelo bem do próximo, de forma que isso não seja interpretado como um marketing de filantropia, ou como estratégia mercadológica.

Conclui-se, em relação ao objetivo específico “Descrever as ações sociais realizadas pela empresa da área de TI”, que a SAP Labs Latin America procura promover diferentes ações que englobem não somente questões de assistencialismo, mas também, programas educacionais e incentivos aos projetos de inovação social. Dessa forma, a empresa permite que diferentes instituições, com diferentes necessidades possam interagir com os voluntários e entender o ambiente que a SAP está inserida.

Já para o objetivo “Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia da comunidade”, pode-se compreender o quão impactante pode ser cada ação realizada pela empresa, desde doações em campanhas do agasalho ou de alimentos a comemorações com crianças em situação de vulnerabilidade social como a Páscoa e o Natal. Além de passeios proporcionando uma socialização de crianças e adultos autistas, como também construindo conhecimento ao lado de jovens que sonham um dia em trabalhar com a tecnologia da informação. Com isso, a SAP impacta *startups* que buscam valorização do seu projeto social, e se beneficiam da tecnologia da SAP e promovem seu projeto mudando a vida das pessoas.

Enquanto que o objetivo de “Identificar como estas ações impactam no dia-a-dia dos voluntários” possibilitou perceber quanto os voluntários se sentem felizes em exercer tais atividades. O quanto um pequeno gesto pode gerar um resultado tão expressivo na vida de cada um. O quanto um sorriso é recompensador. O quanto é gratificante poder proporcionar a outras pessoas o conhecimento adquirido e fazer com que essa pessoa acredite que tudo é possível. Impactos positivos que são percebidos até na forma de exercer seu trabalho fim, pois aqui o que reflete é a relação, a troca, o dar, receber e retribuir de uma forma única.

Como último objetivo, “Verificar quais são os benefícios ou malefícios dos resultados dessas ações para a empresa de TI no âmbito local” pode-se entender que a SAP impacta tanto a comunidade quanto os voluntários, e consequentemente a comunidade e os voluntários impactam a SAP. É nessa relação se constrói confiança e credibilidade, onde as instituições acreditam que podem contar com a SAP para superar dificuldades e atingir seus objetivos, mas também os voluntários enxergam que a empresa possui valores que estão de acordo com o que eles acreditam, e que a empresa permite que eles possam exercer esse papel de ator social tão importante para a sociedade.

Por fim, em resposta ao problema de pesquisa abordado neste estudo, pode-se averiguar a diversidade de projetos sociais que a SAP Labs desenvolve e executa, o grande número de voluntários que participa, além é claro do reconhecimento das instituições pelas atividades realizadas. Percebe-se, então, impactos muito mais positivos, de caráter generoso e de gratidão por parte das instituições. No entanto, não deixa de haver sugestões de melhoria e direcionamento correto dos esforços para que esse esforço seja válido e gere resultado.

Se fosse possível realmente nivelar a responsabilidade social exercida pela empresa, ela estaria no terceiro nível, pois, os ideais éticos da SAP atendem as leis e a sociedade, porém a busca da empresa é por ideais éticos que superem as obrigações legais e as expectativas da sociedade, como já discutido. Portanto, é com a transferência desses valores éticos, traduzidos na sustentabilidade e efetividade das ações sociais realizadas, que vai tender a exercer plenamente a sua responsabilidade social.

É válido ressaltar que a principal dificuldade para realização dessa pesquisa, deu-se em contatar as instituições e organizar uma agenda para que as entrevistas pudessem ocorrer. Pois, muitas delas são escolas, creches ou instituições que seguem cronogramas, onde acaba tardando o retorno, e ida para uma visita e uma conversa. O que faz perceber a necessidade de um prazo maior, ou uma outra forma de avaliação dos dados referente ao objetivo específico a ser atendido.

Uma próxima pesquisa portanto, pode ser aprofundada na comparação do resultado das ações para a empresa, ou seja, entender, se os projetos sociais desenvolvidos estão caminhando com os valores da empresa, ou o objetivo é uma imagem socialmente responsável como estratégia mercadológica, no ponto de vista do marketing. Além disso, pode-se trabalhar mais fortemente com o fator social, e o quanto a formação do ser humano o estimula a fazer parte de ações como essa.

Contudo, a pesquisa e o trabalho aqui apresentados tiveram o intuito de apresentar ao leitor um maior conhecimento sobre o tema, além de descrever as ações realizadas pela SAP Labs Latin America, com o propósito de verificar que os impactos no dia-a-dia dos voluntários é algo muito pessoal e particular, mas de toda forma recompensador, porque para as instituições o impacto é conforme as suas expectativas, isto é, atendendo o que eles desejam aquilo se torna gratificante e motivacional. Para a SAP, então, é a certeza de proporcionar conhecimento para jovens, proporcionar felicidade e alegria para aqueles com mais dificuldades, mas com

certeza, é perceber que fazer um mundo melhor e melhorar a vida das pessoas é o objetivo a ser alcançado.

REFERÊNCIAS

ALTMAN, Barbara. **Corporate community relations in the 1990s: a study in transformation.** Business and Society, v. 37, n. 2, p. 221-227, jun, 1998.

ASHLEY, Patricia A.; COUTINHO, Renata B. G.; TOMEI, Patricia A. **Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: uma análise conceitual corporativa.** ENANPAD, 2000. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2000-org-561.pdf>>. Acesso em 24 de Abr. 2018

BERGAMINI, Cecília W. **Motivação: uma viagem ao centro do conceito.** FGV-EAESP. RAE Publicações. 2002/2003.

BOULTON, Richard; LIBERT, Barry; SAMEK, Steve. **Decifrando o código de valor.** São Paulo: Campus, 2001.

CARROLL, Archie B. **Corporate social responsibility.** Business and Society. v. 8, n.3, p. 268-295, sep. 1999.

_____, Archie B. **A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance.** v.4, n.4,1979.

CHEIBUB, Zairo; LOCKE, Richard. **Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social.** In: KIRSCHNER, Ana Maria et al. (eds). Empresa, empresários e globalização. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

COLOMBO, B. Lina. **O valor das relações: um olhar sobre o trabalho das camareiras a partir da hospitalidade e da dádiva.** Dissertação (Mestrado) – Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2008.

Comisión de las Comunidades Europeas. **Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.** Bruxelas, 2001.

DANTAS, Willy de Macedo. **A tecnologia e a informação na construção de valores de responsabilidade social.** Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista, Marília, SP, 2006.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

DORNELAS, Myriam A. **Responsabilidade Social versus Filantropia Empresarial: um estudo de Casos na cadeia automobilística de Minas Gerais**, UFLA: Lavras, 2005. Disponível em: <http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/2482/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O_Responabilidade%20social%20versus%20filantropia%20empresarial.pdf>. Acesso em 24 Abr. 2018.

FELDEN, Cátia R.; KELM, Martinho L.; MULLER, Pedro A.; **Ferramentas Inovadoras da Abordagem de Gestão Social**, RAI - Revista de Administração e Inovação, v. 4,n.2, São Paulo, 2007.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. Porto Alegre: AMGH, 2014.

FRIEDMAN, Milton. **The social responsibility of business is to increase its profits**. The New York Times Magazine, New York, Setembro, 1970.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GODBOUT, J.T. **Introdução à dádiva**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 1998, vol. 13.

Innomarathon LAC. Disponível em: <<https://news.sap.com/brazil/2016/05/16/sap-leva-a-transformacao-digital-para-pmes-em-porto-alegre/>>. Acesso em: 12 Nov. 2017.

Instituto Ethos. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/>>. Acesso em: 10 Mai, 2018.

ISO 26000, ABNT NBR – **Diretrizes sobre responsabilidade social**. Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2010. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/>>. Acesso em: 03 Nov. 2017.

JACQUES, Caroline. **A dádiva nas relações entre empresas e sociedade: uma análise acerca da responsabilidade social empresarial sob enfoque sociológico**. Revista Eletrônica de Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, 2010, vol. 7, Santa Catarina. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/download/1806-5023.../18244>>. Acesso em 03 Jun. 2018.

JAMIN, J. 1992. Marcel Mauss. In : BONTE, P. & IZARD, M. **Dictionnaire de l'Ethnologie et de l'Anthropologie**. Paris : PUF.

Latin Code Week – SAP. Disponível em: < <http://latincodeweek.org/por/sobre/>> Acesso em:12 Nov. 2017.

LAZZARESCHI, Nôemia; ALVES, Paulo Roberto; BONELLI, Valério Vitor. **Responsabilidade Social Empresarial: Ética nos negócios**. XL Encontro da Anpad, 2016.

LEONEL, Fernanda. **Assistência Social e Assistencialismo**: entenda as diferenças entre as duas ações, ainda muito confundidas pelo senso comum. 2006. Disponível em: <<https://www.acesa.com/direitoshumanos/arquivo/colabore/2006/09/01-assistencia/>>. Acesso em: 04 Jun., 2018.

MACHADO, Marcelo Correa. **Tecnologia da Informação aplicada à Gestão da Responsabilidade Social**. X Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2014.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINELLI, Antônio Carlos. **Empresa-cidadã**: uma visão inovadora para uma ação transformadora. In: IOSCHPE, Evelyn B. **Terceiro setor**: desenvolvimento social sustentado. São Paulo: Ed Paz e Terra, 1997.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

_____. **Responsabilidade social & Cidadania empresarial: A administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Quality Mark, 1999.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva.** Lisboa: Edições 70, 2000.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização.** São Paulo: Atlas, 1998.

MOTTA, Fernando. **Teoria das organizações.** São Paulo: Pioneira, 2001.

MAYHEM, Nick. Beyond the market. **The world today.** v. 55, n. 11, p. 22-23, nov. 1999.

OLIVEN, Ruben George. **Consumo, logo existo.** In LEITÃO, Débora K; LIMA, Diana N. O.; Machado, Rosana P. (Org.) et al. **Antropologia e consumo: diálogos entre Brasil e Argentina.** Porto Alegre: AGE, 2006.

PANWAR, R.; et al. **Corporate responsibility: balancing economic, environmental and social issues in the forest products industry.** Forest products Journal, v.56, n.2, feb. 2006.

RAMOS, Ana J. G. N.; **A norma ABNT NBR 16001 sistema de gestão da responsabilidade social como ferramenta de estratégia de negócio: Um estudo de caso SERASA EXPERIAN.** UFF, Niterói, 2010.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação.** 2. ed. São Paulo: Loiola, 2004.

ROSTOW, Walter W. **As etapas do desenvolvimento econômico.** 6ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

ROTHGIESSER, T. L. **Sociedade Civil. A sociedade civil brasileira e o terceiro setor.** São Paulo: [s.n], 2004.

SALME, Anne; CATTANI, Antonio David. **Responsabilidade Social Empresarial.** In CATTANI, Antonio David; HOLZMANN, Lorena (Orgs.). **Dicionário de trabalho e tecnologia.** Porto Alegre: Zouk, 2011.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade.** s/d.

SILVA, Marilza de Jesus; DETONI, João Elicínio; MORAIS, Maria Rosa Bueno. **Gestão de Responsabilidade Social: Pode ser Vista como Fator Gerador de Lucro?** In SPERS, Vália R. E.; SIQUEIRA, Elisabete S. **Responsabilidade Social: Conceitos, Experiências e Pesquisas.** Itu: Ottoni Editora, 2010.

SAP, **Sobre a SAP.** Disponível em: <<https://www.sap.com/brazil/about.html#>>. Acesso em: 12 Nov. 2017.

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS. **Princípios de Sistema de Informação.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

APÊNDICE A – Roteiro para Entrevista

ENTREVISTA COM OS LÍDERES DO CSR – SAP

- 1) Como as ações são definidas e as instituições escolhidas?
- 2) Existe uma forma de medir o impacto dessas ações? Como?
- 3) Quais são os benefícios e malefícios/custos para a empresa?
- 4) Qual é a razão para realização dessas ações? As iniciativas surgem de onde? Localmente ou Globalmente?
- 5) Qual é o principal impacto na empresa que possa ser atribuído à realização dessas ações?

ENTREVISTA COM AS INSTITUIÇÕES

- 1) Como acontece a realização das ações da SAP Labs Latin America com vocês?
- 2) Como você vê a empresa?
- 3) Qual seu sentimento em relação as ações realizadas pela SAP?
- 4) Quais sugestões ou comentários podem ser dados à empresa?

APÊNDICE B – Questionário para os voluntários

- 1) Qual sexo você se identifica?
 - a. Masculino
 - b. Feminino
 - c. Outro
- 2) Há quanto tempo trabalha na SAP Labs Latin America?
 - a. Menos de 1 ano
 - b. Entre 1 e 3 anos
 - c. Entre 4 e 6 anos
 - d. Entre 7 e 10 anos
 - e. Mais de 10 anos
- 3) Como as ações das quais você participa impactam no seu dia-a-dia? Quais são elas?
- 4) O que mudou na sua percepção após participar dessas ações?
- 5) Qual a sua maior motivação para participar de projetos como esse?
- 6) Qual é o maior benefício dessas ações, na sua visão? E o que poderia mudar?