



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

BALANÇO SOCIAL DE UMA UNIVERSIDADE USADA COMO FERRAMENTA DE MARKETING

AUTOR PRINCIPAL: Jênifer de Brum Palmeiras

CO-AUTORES: Sandra Toledo Regina dos Santos; Lucas Marafon;

ORIENTADOR: Roger Bélin

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO

O presente estudo propõe-se a, analisar o Balanço Social de uma Instituição de Ensino Superior (IES), na qual o resultado esperado das ações sociais da Responsabilidade Social, se tornam uma ferramenta de marketing, isto é, por meio da comunicação que se estabelece entre os stakeholders e a instituição. O Balanço Social representa um demonstrativo capaz de evidenciar os recursos e as influências recebidas e transmitidas pelas entidades às comunidades com as quais se relacionam. Assim, o objetivo do trabalho é estudar os aspectos inerentes ao Balanço Social, buscando evidenciar a importância da demonstração para a gestão das organizações e a prestação de contas aos stakeholders, como uma ferramenta de marketing. Este estudo pesquisa uma instituição de ensino pública não estatal, de caráter comunitário, tornando-se necessário verificar de que forma a responsabilidade social está sendo edificada nas universidades, a partir de um panorama dos avanços obtidos até o momento.

DESENVOLVIMENTO:

Os procedimentos metodológicos adotados consistem de pesquisa descritiva, moldada por estudo de caso, realizada por meio de pesquisa documental de uma fundação universitária, e a abordagem do problema é qualitativa. Para os gestores da IES, o Balanço Social é um instrumento gerencial que apresenta o diagnóstico da entidade com sua atuação no campo social, ambiental e na relação interna com os professores, alunos e funcionários. A sistemática de indicadores permite o acompanhamento e o monitoramento das ações planejadas e a forma como são executadas. Somente no ano de 2007, o Balanço Social da IES começou a ser efetivado, e a partir de então, publicizado no site da instituição e distribuído para a comunidade local. Cumprindo com a sua missão de formar profissionais cidadãos, éticos e preparados para as transformações sociais, a IES entende a extensão universitária como parte inerente ao fazer acadêmico buscando uma aproximação com a realidade social. Se efetiva através de ações educativas, sociais e culturais, desenvolvidas por professores e alunos, interagindo diretamente com as comunidades. Nota-se a

preocupação da IES em tornar as informações claras e detalhadas de um ano para o outro, mesmo que essa pesquisa esteja baseada na análise da publicação de dois balanços, foi verificado que ao passar dos anos, a Instituição aprimorou a descrição das atividades, para que fosse visível ao público externo as ações que são desenvolvidas. Conforme a legislação, a IES se propõe a divulgar e desenvolver todas as ações de responsabilidade social, sendo uma prestação de contas e podendo ser utilizada como uma ferramenta de marketing, para seus stakeholders. Identifica-se na análise dos balanços sociais do período que a Instituição não descreveu ou pelo menos não apresentou em seus balanços os critérios para a contratação dos seus fornecedores, pois, uma empresa que projeta sua responsabilidade social para a sociedade interna e externa é essencial que procure envolver-se com seus fornecedores tornando-os parceiros na Instituição, contratando fornecedores que também estejam engajados na responsabilidade social em suas empresas(INDICADORES ETHOS, 2011). Outro item que não está claro no desenvolvimento das análises é o detalhamento do código de conduta, pois a empresa estudada em nenhum momento deixou claro a existência da mesma nos seus balanços sociais. Os resultados, a partir dos dados coletados, permitiram identificar um posicionamento convergente para alguns aspectos, como a inserção comunitária da instituição, o papel fundamental que desempenha na melhoria da qualidade de vida da população regional, por meio das atividades, a difusão da arte e da cultura, por meio, a qualificação dos recursos humanos que se dá, e o processo de desenvolvimento regional sustentável, onde a IES.

CONSIDERAÇÃO S FINAIS:

A IES deveria adotar o Código de Conduta, que faz com que seus colaboradores conheçam os princípios éticos e a conduta do desenvolvimento dos seus trabalhos internos, para formar um elo de conscientização e livre concorrência perante o mercado. O balanço social usado como ferramenta de marketing, tem como intuito demonstrar a dimensão social dessas entidades e contribuir no processo de gestão.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Gláucia M. G. **Responsabilidade Social no ensino superior privado**: alguns elementos para reflexão. Revista Estudos, ano23, n34, p.56, abr.2005.

ETHOS; Instituto. **Sobre o Instituto Ethos**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 10 mai. 2015

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa): Número da aprovação.

ANEXOS

Poderá ser apresentada somente uma página com anexos (figuras e/ou tabelas), se necessário.