

RESPONSABILIDADE SOCIAL: O SECRETÁRIO EXECUTIVO COMO AGENTE FACILITADOR DE ESTRATÉGIAS NO AMBIENTE CORPORATIVO

*Weidman Machado Bernardino¹
Warley Stefany Nunes²*

Resumo: Esta pesquisa interessa-se em investigar se os profissionais de secretariado executivo apresentam competências suficientes para atuarem como agentes facilitadores de estratégias de responsabilidade social nas corporações. Entre os seus objetivos, encontram-se: analisar o conceito de responsabilidade social desenvolvido nas empresas, bem como descrever as ações de responsabilidade social corporativa (RSC) que o secretário executivo executa nas suas atividades diárias. Para examinar este objeto de estudo, baseou-se no método quali-quantitativo por descrever o fenômeno, analisar a interação de determinadas variáveis e buscar compreensão do objeto de investigação, bem como mensurar dados obtidos por meio de questionário semi-estruturado. Para elaborar o marco teórico a respeito da RSC, fundamentou-se essencialmente em Melo Neto e Fróes (2001), Quazi e O'Brien (2011) e Reis (2001). Para concluir, percebe-se que o secretário executivo apresenta as competências necessárias para assumir encargos relacionados à RSC, tornando-se, assim, uma estratégia competitiva no mercado. Contudo, falta a abertura por parte da Chefia para que estes profissionais possam realizar tais ações.

Palavras-chaves: Responsabilidade social. Ambientes corporativos. Secretários.

¹ Bacharel em Secretariado Executivo pela Universidade Federal de Viçosa, Secretário Executivo na Companhia Energética de Minas Gerais - Cemig Distribuição S.A. E-mail: weidmanmachado@gmail.com

² Bacharel em Secretariado Executivo pela Universidade Federal de Viçosa, pós-graduando em Tradução em Espanhol pela Universidade Estácio de Sá e graduando em Letras - Espanhol pela Universidade Federal de Juiz de Fora, Analista B (área Secretariado Executivo) na Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. E-mail: warley_stefany@hotmail.com

SOCIAL RESPONSABILITY: THE EXECUTIVE SECRETARY AS FACILITATING AGENT OF STRATEGIES IN THE CORPORATE ENVIRONMENT

Abstract: This research aims to investigate if the professionals of secretarial science present sufficient skills to act as facilitating agents of strategies of social responsibility in corporations. Among the objectives, there are: to analyze the concept of social responsibility developed by the enterprises, as well as describe the corporation social responsibility's actions that the secretarial science performances in the daily activities. To examine this object of study, it was based on qualitative and quantitative methods by describing the phenomenon, analyzing the interaction of certain variables and achieving to understand the research object, as well measuring data obtained through a semi-structured questionnaire. To exploit the theoretical framework on CSR. It was mainly substantiated on Melo Neto (2001), Quazi (2011) and Reis (2001). To conclude, it might note that the secretarial science presents the skills necessary to take charges related to the CSR, thus becoming a competitive market strategy. . However, it lacks openness on the part of leadership to that these professionals might execute these actions.

Key words: Social responsibility. Corporate environments. Secretaries.

1 INTRODUÇÃO

Embora o conceito de responsabilidade social não seja recente, as instituições começaram a perceber a necessidade de direcionamento de ações de cunho social para a comunidade a fim de garantir vantagem competitiva no mercado. Por este motivo, Martinelli (1997) afirma que a cidadania corresponde ao estágio mais evoluído da relação da empresa com a sociedade, que abrange desde o ciclo básico (finalidade de prover lucros) até o avançado (contribuição com o meio social em que está inserido). Em outras palavras, a RSC seria composta pela economia para obter lucro, pelo cumprimento de leis e, finalmente, pela ética para com o social.

Entre os motivos que têm impulsionado as empresas a adotarem a responsabilidade social corporativa como objetivo, destacam-se: a melhoria da imagem institucional, a motivação da equipe de trabalho, ou ainda, o estímulo ao desenvolvimento social e econômico da sociedade local. Assim, Moretti e Figueiredo (2007) afirmam que são necessárias a sistematização e a avaliação dos potenciais benefícios das estratégias de responsabilidade social corporativa a fim de buscar se destacarem em um mercado cada vez mais competitivo.

Considerando estas questões, as organizações devem, inclusive, centrar-se no seu público interno para sistematizar os objetivos acerca da responsabilidade social corporativa. Por exemplo, o profissional de secretariado executivo que exerce um papel fundamental nas instituições por coletar e fornecer informações para a consecução dos objetivos das empresas, neste caso, metas ligadas ao conceito da responsabilidade social. Assim, eles devem apresentar alternativas ou ideias para a solução de situações que emergem nas atividades diárias das corporações, por isto, a importância de desenvolver competências comportamentais como: a proatividade e o perfil de gestor. Em outras palavras, constata-se a necessidade de comprometimento das empresas com as ações sociais, juntamente com o desenvolvimento do perfil profissional dos secretários executivos, para que a empresas se posicionem estrategicamente no mercado.

Por este motivo, este artigo tem por finalidade investigar o conceito de responsabilidade social desenvolvidos pelas organizações e verificar se os secretários executivos podem atuar como agentes facilitadores de estratégias de responsabilidade social, a fim de permitir que as empresas possam se tornar referências no segmento mercadológico. Para examinar este objeto, serão analisados o conceito de responsabilidade de social nas empresas e as competências essenciais para que os profissionais de secretariado executivo desenvolvam ações de Responsabilidade Social (RS) nestes ambientes corporativos. Portanto, a pesquisa está estruturada em revisão bibliográfica (Responsabilidade social: as estratégias para a vantagem competitiva; Relação entre a empresa e a comunidade local; e, por último, Secretário Executivo como agente facilitador das estratégias de responsabilidade social), método e técnicas de pesquisa (método quali-quantitativo), apresentação e análise de resultados e

considerações finais.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL: AS ESTRATÉGIAS PARA A VANTAGEM COMPETITIVA

Por tratar-se de um conceito amplo e abrangente, a responsabilidade social (RS) pode ser confundida com filantropia, ou seja, ação de doação que uma empresa faz para alguma entidade ou projeto social. Por isto, Melo Neto e Fróes (2001) afirmam que a responsabilidade social procura incitar o desenvolvimento do cidadão e incentivar a cidadania individual e coletiva, tendo a sua ética baseada no dever cívico. Assim, as suas estratégias são direcionadas a todos os indivíduos que fazem parte da vida em sociedade.

Portanto, esta visão busca conscientizar as organizações a terem um comportamento ético frente à sociedade civil para estimular o seu desenvolvimento social por meio de estratégias, que devem ser fundamentadas no compromisso social das instituições com a comunidade, considerando, assim, a sua realidade socioeconômica. Tendo em vista esta conjuntura, Ashely *et al.* (2002, p.6) afirmam que a responsabilidade social corresponde “como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade”. Estas medidas impactam no *marketing* desenvolvido pela empresa na comunidade local, e por isto, devem-se evidenciar os seguintes aspectos: a) consciência acerca das questões culturais, ambientais e de gêneros; b) prevenção e proteção às regulações restritivas do governo a ações empresariais; c) singularização dos produtos no mercado.

Para atender a estes elementos, as suas ações devem ser direcionadas tanto ao âmbito interno como ao ambiente externo da organização a fim de promover práticas que vão além daquelas exigidas pelas leis, ou seja, estratégias que devem partir por vontade própria da empresa para gerar valor tanto para os seus colaboradores como para a sociedade.

Em respostas a estas iniciativas, surgiram as certificações, que tem por finalidade mensurar as estratégias de responsabilidade social corporativa. Deste modo, Santos (2003) disse que o certificado SA 8000, também conhecido como *Social Accountability*, foi criado em 1977 pelo *Council on Economic Priorities* para verificar as relações da organização com todos os públicos com os quais interage. Por conseguinte, devem-se observar alguns pontos: o trabalho infantil, a saúde e a segurança, a liberdade de associação, o direito de negociação coletiva, a discriminação, as práticas disciplinares, as horas de trabalho, a remuneração justa e a administração de sua aplicação. Já Tachizawa (2009) explana que as estratégias de responsabilidade social das organizações são divididas em três áreas de atuação, sendo que a principal delas é a relação que as instituições

mantêm com a comunidade local. Neste quesito é analisada a natureza das ações desenvolvidas pelas instituições, ou seja, é verificada a eficácia na solução dos problemas sociais, os beneficiários dos programas sociais, os parceiros ajudantes dos projetos e o foco das metas sociais. Deste modo, constata-se que uma organização responsável é capaz de analisar os impactos negativos gerados pelas suas atividades e gerenciá-los, através do planejamento de ações de voluntariado e programas de assistência social, com o objetivo de diminuir os danos causados pelo seu funcionamento.

Em consonância com o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2010), as empresas devem ater-se aos indicadores utilizados para a aplicação de ações de responsabilidade social para atuar em determinadas comunidades, assim afirma-se que:

A inserção da empresa na comunidade pressupõe que ela respeite as normas, e costumes locais, tendo uma interação dinâmica e transparente com os grupos locais e seus representantes, a fim de que possam solucionar conjuntamente problemas comunitários ou resolver de modo negociado eventuais conflitos entre as partes. A empresa pró-ativa na responsabilidade social assume como meta a contribuição para o desenvolvimento da comunidade. Desta forma, deve apoiar ou participar diretamente de projetos sociais promovidos por organizações comunitárias e ONGs, contribuindo para a disseminação de valores educativos e a melhoria das condições sociais.

Considerando estes indicadores, percebe-se que uma organização socialmente responsável é aquela que procura conhecer a realidade da comunidade em que está inserida e desenvolve ações que tenham como meta a promoção do bem estar social, e ainda, uma instituição que esteja afiliada a outros segmentos sociais (por exemplo: organizações não governamentais) e outras formas de associações comunitárias que ajudem a contribuir ativamente com o progresso humano e social da região. Assim, compreende-se que o bom desenvolvimento da responsabilidade social depende do relacionamento existente entre as instituições e a comunidade local.

2.2 RELAÇÃO ENTRE A EMPRESA E A COMUNIDADE LOCAL

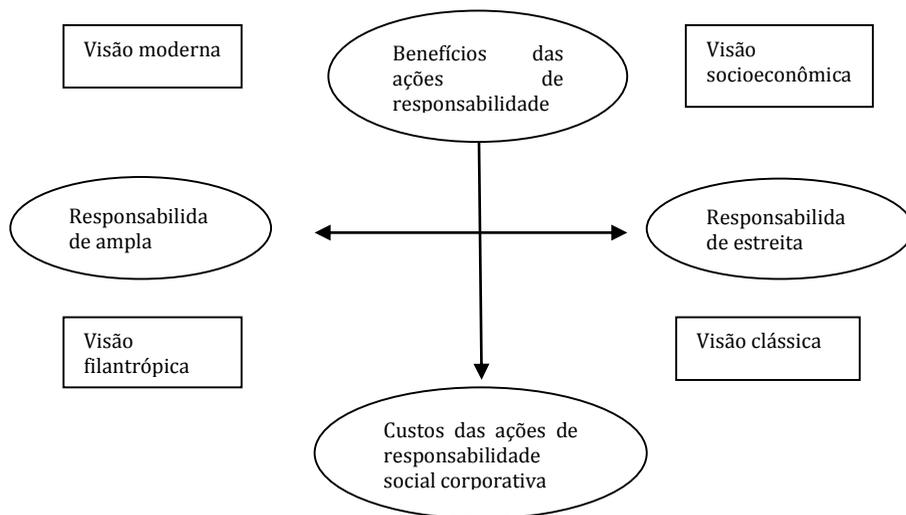
As empresas estão interessadas em aproximar-se da comunidade local (ou do público externo) para ter acesso aos seus recursos físicos e humanos disponíveis. Por isto, Reis (2007) estabelece que a aproximação da sociedade deve-se ao fato de as instituições se apropriarem dos seus recursos que geralmente não lhe pertencem, e que são de alguma maneira, patrimônio gratuito e coletivo da humanidade. Portanto, o autor afirma que as organizações contraem “uma dívida social”, assim, elas têm o compromisso de restituir a

sociedade por meio de investimentos e planejamento de ações coletivas na área social e ambiental.

Em relação ao grau de comprometimento das organizações com a comunidade, Tachizawa (2009) apresenta os estágios de responsabilidade social corporativo. No primeiro, descreve que as organizações não assumem responsabilidades frente aos problemas da sociedade e não aplicam nenhuma ação relativa ao exercício da cidadania. No segundo, as empresas gerenciam os danos causados pelo seu funcionamento e apresentam algumas ações isoladas no sentido de diminuir esses impactos. No terceiro, a atuação organizacional começa com a sistematização e a avaliação dos impactos causados pela sua existência. Assim, buscam lidar com assuntos de interesse local e envolver os seus membros no desenvolvimento social. No quarto estágio, o processo de avaliação de impactos já está começando a se sistematizar. Deste modo, a corporação começa a tomar frente das questões de interesse da comunidade de várias maneiras, por exemplo, o comprometimento ético para com a sociedade local. No estágio mais avançado, o processo de avaliação dos impactos causados já está estruturado, procurando antecipar as questões públicas. Neste nível de atuação, as empresas lideram questões de interesse comunitário e estimulam a participação dos envolvidos. Finalmente, as organizações recebem retroalimentação para avaliar e propor melhorias no exercício da cidadania e no enfrentamento dos problemas de ordem pública.

Portanto, estes estágios resultaram na capacidade de avaliar o grau de envolvimento das instituições no que diz respeito às ações organizacionais de responsabilidade social. No caso das empresas socialmente responsáveis, elas podem avaliar os indicadores negativos gerados por suas atividades, e a partir daí, realizarem a estruturação de projetos que promovam o desenvolvimento socioeconômico, bem como soluções para os problemas sociais existentes na região. Por este motivo, Quazi e O'Brien (2000) elaboraram o modelo bidimensional que mostra as visões das organizações no que se refere à prática da responsabilidade social, conforme demonstrado na Figura 1 abaixo.

Figura 1: Modelo bidimensional de responsabilidade social das organizações.



De acordo com o modelo apresentado, a figura tem dois eixos: a responsabilidade estreita e a responsabilidade ampla. O lado direito representa a visão estreita da responsabilidade social em que os negócios são percebidos de modo clássico, ou seja, em termos de fornecimento de bens e serviços e tendo como principal objetivo a maximização do lucro. A ênfase nesta visão é a geração de lucros em curto prazo. O lado esquerdo considera a RSC em um contexto mais abrangente, indo além das exigências legais e atingindo expectativas mais amplas da sociedade, como em áreas de proteção ambiental, desenvolvimento da comunidade, preservação dos recursos e ações filantrópicas.

O eixo vertical do modelo representa dois extremos na percepção das consequências das ações sociais, variando desde uma preocupação com o seu custo até o foco nos seus benefícios. O lado vertical negativo do eixo está relacionado ao custo do compromisso social, em que as despesas envolvidas nos exercícios da RS em curto prazo são levadas em consideração. A ênfase nesta ótica é nos custos sociais em um período curto de tempo. Já em relação ao lado positivo do eixo vertical, o foco encontra-se nos benefícios em longo prazo advindos das ações e da percepção das vantagens potenciais, ou seja, as organizações percebem que os gastos com as ações sociais retornam como benefícios intangíveis (QUAZI e O'BRIEN, 2000)³.

Portanto, as corporações que aplicam a visão moderna do modelo estão mais aptas a perceberem que os investimentos em responsabilidade social

³ Tradução nossa.

encontram-se associados ao desencadeamento dos lucros. Para isto, deveriam gerenciar estratégias socialmente responsáveis aos quais provocariam benefícios a médio e a longo prazo. Por esta razão, os colaboradores devem estar empenhados e alinhados com os objetivos desenvolvidos pelas empresas no campo da responsabilidade social, neste caso, o profissional da área de secretariado executivo.

2.3 SECRETÁRIO EXECUTIVO COMO AGENTE FACILITADOR DAS ESTRATÉGIAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O secretário executivo, a cada dia, tem se destacado por apresentar no papel de gestor das suas atividades diárias, exercendo funções como: gerenciamento dos documentos, da informação e do conhecimento. Como consequência, ele tornou-se (ou torna-se) uma referência na empresa por transmitir, de forma vertical e horizontal, os conhecimentos geridos em seu interior. Por este motivo, o profissional precisa apresentar uma visão sistêmica da organização para controlar e distribuir as informações (ou os conhecimentos) com agilidade para atender às exigências do mercado (GARCIA & SILVA, 2005). Considerando esta conjuntura, as organizações precisam investir, cada vez mais, no seu capital humano com capacitação e treinamento a fim de impactar nas relações trabalhistas, no ambiente de trabalho, na produtividade, nos resultados (a curto ou a longo prazo) e, finalmente, na retenção dos seus talentos. Assim, pode-se dizer que os projetos de responsabilidade social interessam-se principalmente na função social da empresa e, ainda voltado para os seus colaboradores, superam as exigências do plano de trabalho, agregando valores na imagem institucional. Neste caso, o profissional de secretariado executivo deve participar de cursos capacitatórios para desenvolver habilidades para a RS. De acordo com a legislação referente à profissão de Secretário Executivo, art. 4º da Lei nº 7377, de 30 de setembro de 1985, as principais atribuições dos secretários executivos são:

I- planejamento, organização e direção de serviços de secretaria; II- assistência e assessoramento direto a executivos; III- coleta de informações para a consecução de objetivos e metas de empresas; IV- redação de textos profissionais especializados, inclusive em idioma estrangeiro; V- interpretação e sintetização de textos e documentos; VI- taquigrafia de ditados, discursos, conferências, palestras de explanações, inclusive em idioma estrangeiro; VII- versão e tradução em idioma estrangeiro, para atender às necessidades de comunicação da empresa; VIII registro e distribuição de expedientes e outras tarefas correlatas; IX- orientação da avaliação e seleção da correspondência para fins de encaminhamento à chefia; X - conhecimentos protocolares. (BRASIL, 1985).

Em referência ao inciso III da legislação, percebe-se que o profissional de secretariado executivo deve coletar informações para a consecução dos objetivos empresariais, que podem estar relacionados, por exemplo, à responsabilidade social corporativa. Ao relacionar estas novas práticas com o perfil destes profissionais, os secretários executivos, agentes das informações e dos conhecimentos nas empresas, dispõem de mais encargos para o alcance de metas e de posicionamento da corporação no mercado por trabalhar ações de RSC. Para corroborar, Mata (2009) afirma que:

(...) o atual Secretário Executivo personifica um agente de conexão, atuando como interface entre clientes internos e externos, parceiros, fornecedores, gerenciando informações, administrando procedimentos de trabalho, preparando e organizando processos [inclusive de responsabilidade social], para que soluções e decisões sejam tomadas com qualidade e foco em resultados.

Por estas questões, verifica-se que o profissional de secretariado executivo precisa ter acesso (ou interiorizar) as diretrizes e as metas da empresa para que ele possa contribuir com os objetivos definidos em níveis Diretivo e Gerencial para a colocação estratégica da empresa no mercado.

No que se refere às categorias dos fatores necessários para auxiliar na execução de estratégias de Responsabilidade Social Corporativa, Coutinho & Macedo-Soares (2002) citam alguns aspectos que ajudam na consolidação destas ações sociais. Segundo esses autores, no que diz respeito à gestão de pessoas, eles citam certas variáveis como: talentos, habilidades, competências e ética pessoal, e estas se desdobram em alguns atributos necessários e desejáveis na aplicação de estratégias de RSC, sendo:

- Habilidades, conhecimentos e potencial para adquirir as competências necessárias para a aplicação de novas metodologias e práticas de RSC;
- Integridade, transparência, empatia, confiabilidade, responsabilidade, idoneidade;
- Alinhamento/consistência da ética pessoal com os padrões definidos pelo código de ética da organização.

Já em relação aos fatores organizacionais, as variáveis são: estrutura da organização, equipes, processos e sistemas de gestão, entre outras. Estas são estendidas aos atributos necessários na elaboração de ações de responsabilidade social, como:

- Estrutura flexível, horizontal, com algum grau de descentralização de poder;
- Multifuncionais e interfuncionais, com bom grau de *empowerment*;

- Documentados, pelo menos no nível macro, como processos interfuncionais;
- Integrados pelos processos interfuncionais da organização, com uma perspectiva socialmente responsável.

Percebe-se que os principais atributos, seja em nível de talentos, habilidades e competências, ética, ou em nível da estrutura organizacional e dos processos gerenciais, o profissional de secretariado executivo está apto para realizar estes tipos de estratégias dentro das organizações. Em outras palavras, estes profissionais possuem qualidades como: a multifuncionalidade, a conduta ética, a transparência, entre outras competências, que fazem deles uma ferramenta útil para a coleta de informações a fim de alcançar os objetivos e as metas das organizações, bem como a idealização e a aplicação de ações de RSC. Já com relação à descentralização, como estes profissionais encontram-se na estrutura organizacional em nível de *staff* (ou assessoria), a chefia direta dos mesmos deveriam delegar responsabilidades mais abrangentes no planejamento e na execução de tais trabalhos, de maneira que seu poder de atuação possa agregar valores aos negócios das empresas. Sendo assim, corrobora-se a sua capacidade e o seu profissionalismo em ser um agente co-participativo na efetivação destas ações direcionadas para o âmbito social.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Esta pesquisa tem interesse em analisar o conceito de responsabilidade de social desenvolvido atualmente nas empresas e descrever quais ações os profissionais de secretariado executivo utilizam em suas tarefas cotidianas e a sua relação com a RS. Para realizar este estudo, utilizou-se o método de pesquisa quali-quantitativo, que corresponde à descrição do fenômeno, à análise da interação de determinadas variáveis e à busca compreensão do objeto de investigação, bem como a mensuração de dados obtidos por meio de questionário (MARCONI & LAKATOS, 2008).

Em relação à coleta destes dados, aplicou-se um questionário *on-line* disponibilizado no site da *Survey Monkey* (<https://pt.surveymonkey.com/home/>) entre o mês de dezembro de 2013 e janeiro de 2014, contendo um *link* na qual os 28 sujeitos de pesquisa acessavam e respondiam as perguntas. O questionário continha tanto questões de múltipla escolha como questões dissertativas, totalizando dez itens a serem assinalados. As questões estavam relacionadas à formação profissional, às atividades desenvolvidas no ambiente de trabalho, ao conceito de responsabilidade social, à percepção dos respondentes sobre o a importância da responsabilidade social corporativa, às estratégias utilizadas na empresa em que estão inseridos, etc.

Em relação aos procedimentos técnicos, utilizou-se a pesquisa documental para elaborar um marco teórico a respeito de responsabilidade social corporativa (RSC) a partir de livros e artigos. Como consequência, estas teorias foram confrontadas com os dados coletados, através de bibliografia referente à área de secretariado, para verificar se estes profissionais são capazes de atuarem como agentes facilitadores de ações socialmente responsáveis nas empresas.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

O profissional de secretariado executivo tem ganhado cada dia mais espaço dentro das organizações, tanto públicas como privadas. Entretanto, a falta de conhecimento a respeito desta profissão, por parte da comunidade empresarial, ainda é grande, remetendo muitas vezes a uma visão estereotipada deste ofício. Por esta razão, Sabino & Rocha (2004) afirmam que o perfil do profissional do secretariado executivo tem substituído as rotinas diárias, como digitação, atendimento telefônico e redação de documentos por processos mais ligados ao gerenciamento das empresas: gestão documental, da informação e do conhecimento.

Em função destas mudanças no perfil, os profissionais de secretariado executivo têm desempenhado atividades mais complexas e assertivas para a consecução dos objetivos das empresas, por exemplo: a responsabilidade social corporativa. Por isto, Melo Neto e Froes (2001) definem Responsabilidade Social Corporativa (RSC) como:

(...) a consciência social e o dever cívico. A ação de responsabilidade social não é individual. Reflete a ação de uma empresa em prol da cidadania. A empresa que a pratica, demonstra uma atitude de respeito e estímulo à cidadania corporativa; conseqüentemente, existe uma associação direta entre o exercício da responsabilidade social e o exercício da cidadania empresarial (MELO NETO E FROES, 2001, p.26).

Tendo em vista o papel da responsabilidade social no âmbito interno e externo das corporações, esta pesquisa interessa-se em investigar quais os atributos são pertinentes para que o profissional de secretariado executivo desenvolva ações para o cumprimento de metas direcionadas para a preocupação social das empresas. Para iniciar a análise das competências dos profissionais de secretariado executivo relacionadas à responsabilidade social, perguntou-se a formação acadêmica para saber o perfil dos sujeitos de pesquisa. De uma amostragem de 28 indivíduos, 78,57% têm curso Superior em Secretariado Executivo, 7,14% têm formação em ensino Técnico em Secretariado, 7,14% possuem formação em Letras com ênfase em Secretariado e 7,14% não têm formação específica na área, contudo são registrados na

Secretaria Regional do Trabalho – SRT como Secretários. Em resumo, percebe-se que a maioria dos respondentes apresenta formação superior, permitindo assim, a postura reflexiva e crítica da área de atuação. Para exemplificar esta situação, as Diretrizes do Curso de Secretariado Executivo, por meio da Resolução nº 3, de 23 de junho de 20115, confirmam que:

Parágrafo único. O bacharel em Secretariado Executivo deve apresentar sólida formação geral e humanística, com capacidade de análise, interpretação e articulação de conceitos e realidades inerentes à administração pública e privada, ser apto para o domínio em outros ramos do saber, desenvolvendo postura reflexiva e crítica que fomente a capacidade de gerir e administrar processos e pessoas, com observância dos níveis graduais de tomada de decisão, bem como capaz para atuar nos níveis de comportamento microorganizacional, mesoorganizacional e macroorganizacional.

Por esta razão, nota-se que esta formação superior facilita o desenvolvimento de competências relacionadas ao conceito de responsabilidade social corporativa. Assim, Fleury (2002, p.55) define competência como "um saber agir responsável e reconhecido que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos, habilidades, que agregue valor econômico à organização e valor social ao indivíduo". Considerando as habilidades para a atuação como agente facilitador de estratégias de RSC, os entrevistados responderam se eles apresentam a capacidade e a competência de desenvolver as estratégias de responsabilidade social nas empresas em que trabalham.

- 85,7% afirmam que possuem capacidade para promover ações de responsabilidade social.
- 14,3% dizem que não se sentem capazes de atuar como facilitador destas estratégias.

Por meio destas respostas, verifica-se que os secretários executivos acreditam que têm as habilidades necessárias para atuarem como agente facilitador de estratégias de RSC, no entanto as organizações não lhes dão abertura suficiente para desenvolverem ativamente essas ações, por desconhecimento dos chefes ou por não ser condizente com a cultura da empresa. Assim, eles relatam as suas crenças e experiências sobre o uso destas competências.

“Eu tenho essas habilidades, porém na empresa em que trabalho as mesmas não são tão desenvolvidas. Acho muito importante o profissional ser pro-ativo, assim ele coopera bastante no desenvolvimento dos trabalhos.”

“Nada de relevante, pois trabalho sozinha em um setor.”

“Sim. A facilidade de comunicar-se e de negociar com diferentes níveis de profissionais é uma habilidade importante nesses casos.”

*“Sim. Economia de papel, aproveitamento dos dois lados da folha, economia de energia deixando sempre o pc em **stand by** (grifo nosso).”*

“Trabalho em uma empresa do terceiro setor (ONG) e na minha rotina essa competência é muito presente: realizo articulações entre fornecedores e a gerência, sempre prezando por empresas que tem responsabilidade social, correspondente a nossa causa.”

“Treinar os funcionários para que eles consigam produzir com economia dos recursos oferecidos pela organização; identificar o colaborador que possui maior competência, conhecimento e técnica antes de delegar uma tarefa. Assim ele escolherá com mais propriedade os recursos necessários para executar, evitando assim desperdícios.”

“Sim, como o profissional de Secretariado necessita ter uma visão sistêmica da organização, ele se torna um agente apto a visualizar estratégias que beneficiem a organização em qualquer área em que ele atue. Sendo assim, algumas habilidades são relevantes, tais como: o gerenciamento do tempo, o trabalho em equipe e a gestão das pessoas, estas ferramentas são válidas para desenvolver ações de responsabilidade social corporativa, levando o profissional a se engajar e a estimular ações que levem a empresa a buscar pela qualidade do serviço prestado.”

“Resiliência da organização.”

Tendo em vista as respostas dos sujeitos de pesquisa, nota-se que existe a concepção de que o profissional de secretariado executivo apresenta as competências necessárias para o desenvolvimento de estratégias de responsabilidade social corporativa, no entanto faltam oportunidades por parte das empresas em deliberarem estas iniciativas para que eles possam atuar com RSC. Para confirmar esta afirmação, a Resolução nº 3, de 23 de junho de 2005, Artigo 3º, explana que os secretários executivos devem desenvolver “(...) sólidos domínios científicos, acadêmicos, tecnológicos e estratégicos, específicos de seu campo de atuação, assegurando eficaz desempenho de múltiplas funções de acordo com as especificidades de cada organização (...)”. Inclusive, atitudes pontuais que podem contribuir (ou impactar) com o desenvolvimento da responsabilidade social corporativa, conforme dados a seguir.

No quadro abaixo está relatado quais atividades dos profissionais da área Secretarial, segundo os dados da pesquisa, exercem e estão ligadas ao conceito de RSC. Nesta questão foi possível marcar mais de um item, sendo assim temos os dados:

Reduzir o volume do lixo;	53,57%
---------------------------	--------

Reutilizar os dois lados das folhas;	78,57%
Imprimir apenas o que é necessário;	82,14%
Economizar energia elétrica;	75%
Desenvolver campanhas de doações para entidades carentes;	25%
Promover campanhas de preservação ambiental.	14,29%

Fonte: Dados da pesquisa

Em consideração aos elementos apresentados acima, os profissionais têm a consciência de que as suas atitudes podem impactar no *marketing* e na eficiência dos processos da empresa através: da redução do volume de lixo, da reutilização dos dois lados das folhas de papel, da impressão de somente documentos necessários, da economia de energia elétrica, do desenvolvimento de campanhas de doações para entidades carentes e da promoção de campanhas de preservação do meio ambiente. Por isto, Massarutti (2013, p. 379) afirma que o papel do secretário executivo:

deve ser co-participante dos processos gerenciais, assessorando e atuando como agente facilitador das mudanças culturais, políticas e sociais, buscando novas ideias e melhorias no ambiente de trabalho.

Considerando que os secretários executivos contribuem e dão subsídios para o atendimento às demandas das instituições, os sujeitos da pesquisa relatam a seguir as funções desenvolvidas em seu cotidiano.

“Por nossa empresa ser uma ONG Ambientalista, desenvolvemos todas essas atividades, mas as mais presentes são: economizar energia elétrica, reduzir o volume de lixo e promover campanhas de preservação ambiental.”

“Gerenciar a comunicação da Entidade; gerenciar a informação; repassar conhecimentos por meio de aulas. Todas as atividades gerenciais e de secretaria da Entidade; prática de projetos de responsabilidade social, integrando seus colaboradores junto à sociedade onde estão inseridos.”

“Coordenação da equipe operacional, assessorar os gestores e a equipe tática, atender as demandas internas e externas do fluxo de informação.”

“Recepção, produção de documentos, contato com fornecedores, clientes e colaboradores, mediação entre setores financeiros e RH e funcionários, manutenção do arquivo da empresa.”

Diante das respostas, percebe-se que uma parte da amostra da pesquisa já atua diretamente com a responsabilidade social corporativa através da eficiência dos processos administrativos, e conseqüentemente, melhoria da imagem social interna e externa das organizações. Por este motivo, Massarutti (2013) afirma que RSC “é tida por alguns como um privilégio das empresas no pagamento de impostos e cumprimento das leis, mas seu papel não fica restrito a isto, até por uma questão de sobrevivência (...)” e complementa “esse seu comprometimento ético contribui com o desenvolvimento econômico, com a melhoria da qualidade de vida, também, das instituições”. Por considerar os seus efeitos, a maioria dos entrevistados (96,43%) afirma ser importante a atuação das empresas com a responsabilidade social, enquanto a minoria (3,57%) não acha que tais ações são importantes. Assim, eles descrevem o que é uma empresa socialmente responsável.

“Acredito que as empresas têm maior potencial para realizar as mudanças, implantar novas soluções, novos projetos e investir financeiramente nos mesmos. Eu gostaria de realizar algumas mudanças para contribuir, mas não é possível financeiramente, ex: Aquecedor Energia Solar.”

“Aquela que mantém um plano de sustentabilidade, mantém plano de ação juntamente com seus colaboradores.”

“Participar e promover programas ambientais e sociais no dia a dia da empresa, através de ações que preservem os recursos ambientais, culturais e sociais, o respeito à diversidade e ao comprometimento com a ética e à transparência, visando à melhoria da qualidade de vida, não só de seus empregados, como da sociedade como um todo.”

“A empresa se preocupe com o meio ambiente e também com auxílio a entidades assistenciais.”

“Empresa que procura beneficiar todo o ecossistema que a circunda.”

“É uma empresa responsável em mitigar os impactos ambientais causados por ela, que se preocupa com a sociedade, tudo isso sem diminuir seus lucros.”

Em consideração as respostas anteriores, constata-se que os secretários executivos conhecem o conceito de uma empresa socialmente responsável. A maioria acha que as estratégias são utilizadas para valorizar os produtos e serviços, inserir as organizações na comunidade local, promover a qualidade de vida individual e coletiva, exercer a consciência ecológica, difundir os valores e as práticas ambientalistas e desenvolver a capacitação profissional entre os outros profissionais. Em resumo, nota-se que existem várias vertentes para que as empresas possam atuar com a responsabilidade social. Sendo assim, 67,86%

dos respondentes afirmam que nas instituições em que trabalham são utilizadas práticas de RS, enquanto 32,14% dizem que as mesmas não usam destes tipos de estratégias. Para aquelas que responderam positivamente, eles descrevem abaixo quais são as estratégias aplicadas e se as organizações utilizam deste conceito para a sua promoção no ambiente interno e externo.

“Sim, são utilizadas, mas são poucas e os trâmites são demorados, por se tratar da esfera pública. Além disso, as ações não funcionam muito bem, como por exemplo, a coleta seletiva.”

“Coleta seletiva, campanhas de doação de livros, alimentos e roupas.”

“Nossa empresa trabalha essencialmente com a prática dos 3R's: Reduzir, reciclar e reutilizar. Promovemos campanhas de conscientização e responsabilidade social junto à sociedade e aos colaboradores. Acreditamos que o primeiro passo começa com a motivação do próprio colaborador.”

“A empresa em que trabalho, publica trabalhos científicos na área de Tecnologia e Sementes divulgando ao setor agrícola nacional e internacional avanços do conhecimento para a obtenção de sementes de alta qualidade. E contribui para o desenvolvimento e aprimoramento de tecnologias que auxiliem no desenvolvimento econômico e social da população, garantindo o insumo básico da produção agrícola e a preservação das espécies vegetais.”

Estas práticas resultam-se do *benchmarking*⁴ entre empresas e da influência de fornecedores, parceiros, concorrentes e outros *stakeholders*, que buscam a exemplaridade. Por esta razão, o Instituto Ethos (2000) relata que “as empresas podem testar e apoiar, por financiamento e outros meios, práticas inovadoras que sirvam como projetos piloto, capazes de influir na opinião pública e, portanto, na criação, no planejamento e na organização de políticas públicas inventivas, eficazes e socialmente justas”. Tendo em vista esta afirmação, perguntou-se se aos respondentes se eles se sentem competentes para proporem atividades relacionadas ao conceito de responsabilidade social para a sua chefia. Assim, 82,14% dos sujeitos de pesquisa confirmam que têm liberdade para indicar novas estratégias para os executivos, enquanto 17,86% dizem que não tem a mesma abertura para desenvolver tais ações sociais. Em relação aos indivíduos que respondem negativamente, eles explicaram que já possuem várias atribuições, ficando o tempo comprometido para execução de tais práticas e também por a empresa não ter uma cultura propícia para aceitar novas ideias, conforme relatos a seguir.

“Não quero procurar algo a mais pra fazer num dia a dia, que já está atribulado e

⁴ Termo originado do inglês que designa “aferação”, bem como está relacionado à “marca de referência” (*benchmark*). Em outras palavras, corresponde à busca das melhores práticas na indústria que conduzem ao desempenho superior, comparando as práticas de duas ou mais empresas com a finalidade de aprendizagem e de aperfeiçoamento.

com uma carga horária de 10 horas.”

“Porque eles não dão abertura para isso.”

Por todas estas questões, percebe-se que os profissionais de secretariado executivo apresentam as competências necessárias para atuarem como agente facilitador de estratégias de responsabilidade social, no entanto a cultura organizacional (ou o executivo) impede o desenvolvimento das habilidades secretariais em relação às estratégias de RSC. Isso se deve a falta de conhecimento, por parte da chefia, das competências e das habilidades adquiridas durante o curso de graduação, que cada dia mais, adapta-se às novas exigências do mercado e faz com que estes profissionais ampliem o seu desempenho dentro das organizações. Para ilustrar, os dirigentes acreditam (ou têm ideia cristalizada de) que os seus assessores estão aptos a desenvolverem ações exclusivamente técnicas, desconsiderando a capacidade de estar à frente e de entender a empresa em seu conjunto, ou seja, de forma sistêmica. Entretanto, os chefes devem romper com estes estereótipos e utilizar-se das habilidades secretariais para estimular os secretários executivos a desenvolverem ações que englobem aptidões que vão além de tarefas executivas, mas sim aquelas que envolvam planejamento, organização e controle de qualquer objetivo empresarial, seja em nível de execução das tarefas cotidianas, ou em nível de idealização e de concretização de projetos e ações que agreguem valor para as empresas, neste caso, a responsabilidade social corporativa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de responsabilidade social é bastante amplo e engloba procedimentos que são direcionados para o bem estar da comunidade, ao considerar a questão social. Por isto, estes instrumentos apresentam contribuições para a construção de uma sociedade baseada no conceito de sustentabilidade, tornando-se um ambiente mais “justo” para a sociedade local. Desta forma, caracteriza-se por ser mais do que ações meramente ligadas ao *marketing* societário, trata-se de um comprometimento social permanente com a ética, a transparência, o respeito com os recursos ambientais e a criação de valores para a comunidade. Contudo, estas práticas devem estar alinhadas à cultura, aos princípios e aos objetivos organizacionais.

Para alcançá-los, as companhias devem fazer o uso de ferramentas gerenciais apropriadas para realizar um levantamento de dados das necessidades e das potencialidades da comunidade a fim de direcionar estratégias mais assertivas na execução de ações de RSC, dado que tais informações são bastante relevantes para atingir as metas da corporação.

Sendo assim, entra o papel do secretário executivo, pois como este profissional está ligado à coleta de informações para atingir os objetivos e metas

organizacionais, ele se torna uma importante ferramenta no direcionamento e no engajamento da empresa na idealização e na realização de ações de responsabilidade social corporativa. Desta forma, este profissional está apto a criar planos de ações, desde os mais simples (promoção de campanha de economia de energia elétrica, de papel etc.) até mesmo ações mais complexas (divulgação de doações às entidades assistências, a coleta seletiva de resíduos, as atividades ligadas à promoção de saúde do trabalhador, entre outras).

Deste modo, corrobora-se que os profissionais de secretariado executivo estão conscientes do seu papel dentro das organizações e de que este conceito está presente nas suas atividades diárias. Muitos colaboradores tentam realizar intervenções socialmente responsáveis no seu dia a dia, não obstante falta abertura por parte da chefia para deliberar e incluir os secretários executivos no planejamento, na coordenação e no direcionamento destas ações. Em outras palavras, o *empowerment* deveria ser uma prática mais utilizada pelos dirigentes para promoverem a responsabilidade e o comprometimento destes profissionais na execução de atividades focadas para a questão social e ambiental.

O perfil exigido atualmente leva ao aperfeiçoamento de suas habilidades e de suas competências, remetendo à adaptação dos novos requisitos e das técnicas competitivas existentes no mercado. Algumas características são essenciais para que os colaboradores da área secretarial desempenhem estas estratégias da forma mais eficiente possível. Por exemplo, a multifuncionalidade, o controle e a disseminação das informações tornam-se as aptidões mais exigidas para atingir tais objetivos de RS, bem como o espírito de equipe, a comunicação empresarial e a conduta ética.

Portanto, espera-se que os níveis diretivos e gerenciais das organizações passem a estimular os profissionais de secretariado executivo para atuarem nas atividades de planejamento, controle, organização e execução de quaisquer atividades que tenham como fim o atingimento das metas empresarias, neste caso, ações de cunho social, humano e ambiental. Em resumo, tanto as instituições quanto os profissionais da área sairão beneficiados com a eficiência na utilização destas ferramentas no mercado, visto que existe uma coparticipação para a garantia de destaque no âmbito organizacional.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei n.º 7.377, de 30 de setembro de 1985.** Dispõe sobre o exercício da profissão de Secretário e dá outras providências. Brasília, DF: Senado. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7377.htm. Acesso em: 22 nov. 2013.

BRASIL. MEC, CNE. **Resolução n.º 3, de 23 de junho de 2005.** Institui as diretrizes curriculares nacionais para os cursos de graduação em

secretariado executivo e dá outras providências. Relator: Éfrem de Aguiar Maranhão. Diário Oficial, Brasília, DF, p.79, 27 jun. 2005. Seção 1. Acesso em: 23 jun.2013.

COUTINHO, R.B. G.; MACEDO-SOARES, T. Diana L.A. **Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil.** Revista de Administração Contemporânea, vol.6, n.º 3. Curitiba. set./dez. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v6n3/v6n3a05.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2014.

FLEURY, M. T. L.. **A gestão de competência e a estratégia organizacional.** In: As pessoas na organização. São Paulo: Gente, 2002.

GARCIA, E. SILVA, E. (2005). **Secretária Executiva.** IOB-Thomson, 206 páginas

NEIVA, E. G.; D'ELIA, M. E. S.. **Secretária Executiva.** São Paulo: IOB. Thomson, 2005

INSTITUTO ETHOS. **Relatório de Pesquisa Ethos/Valor. Elaborado pela Indicator Opinião Pública.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em: 13 mar. 2010.

INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <http://www.uniethos.org.br/docs/>. Acesso em: 22 nov. 2013.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M.. (2008). **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.** (7a ed.) São Paulo: Atlas.

MATA, M. A. **O papel do secretário executivo na estrutura organizacional e na condução das relações humanas.** In: PORTELA, K. A; SCHUMACHER, A. Gestão secretarial: o desafio da visão holística. Cuiabá: Adptus, 2009.

MARTINELLI, A. C.. **Empresa-cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora.** In: IOSCHPE, E.B. (org.). Terceiro setor: desenvolvimento sustentado. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

MASSARUTTI, N. M. O. **O profissional de secretariado e o projeto de responsabilidade social.** In: D'ELIA, B., AMORIM, M.; SITA, M. (Org.). Excelência no Secretariado. São Paulo: Editora Ser Mais, 2013.

MELO NETO, F. P.; FROES, C.. **Gestão da Responsabilidade social**

corporativa: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. 2001.

MORETTI, S. L. A.; FIGUEIREDO, J. C. B. **Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no EnANPAD: evidências de um discurso monológico.** Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2007.

QUAZI, Ali M; O. D.. **An empirical Test of a Cross-national Model of Corporate Social Responsibility.** *Journal of Business Ethics.* Disponível em:

<http://www.springerlink.com/content/q4783211187k2020/fulltext.pdf>. Acesso em 30 de nov. 2011.

REIS, C. N.. **A responsabilidade Social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo de mercado?** Revista Economia Contemporânea. Rio de Janeiro, v.11, n.º 2, p. 279-305, mai./ago., 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rec/v11n2/a04v11n2.pdf>. Acesso em 08 de jul. 2011.

SABINO, R. F., ROCHA, F. G.. **Secretariado: do escriba ao web writer.** Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

SANTOS, E. C. R. M. **Responsabilidade Social ou Filantropia?** Sanare. Revista Técnica da Sanepar, Curitiba, v.20, n.20, p. 18-27, jul./dez. 2003. Disponível em: <http://www.sanepar.com.br/sanepar/sanare/v20/art02.pdf>. Acesso em 02 de fev. 2014.

TACHIZAWA, T.. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira.** 6ª ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2009.