

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL E MARKETING SOCIAL: NOVAS ESTRATÉGIAS DE GESTÃO EMPRESARIAL**

**Marcela Guimarães e Silva**

UNIJIU - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí - Rio Grande do Sul

**Marcia Formentini (Orientador)**

UNIJIU - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí - Rio Grande do Sul

O advento da globalização fez com que muitas organizações do setor privado, repensassem suas atitudes e comportamento diante das necessidades da sociedade. Assim, surge a Responsabilidade Social como estratégia de gestão das organizações preocupadas com o bem-estar da coletividade, tendo como aliado o Marketing Social, na conscientização e envolvimento de todos em torno dos problemas sociais. Partindo deste pressuposto, pretende-se a partir da conceituação teórica dos mesmos, analisar o trabalho desenvolvido pela Empresa Mineradora de Ijuí Ltda. – Fonte Ijuí, verificando assim como acontece a adoção e aceitação de estratégias socialmente responsáveis por parte de seus públicos e o enfoque que é atribuído para estas estratégias. Para tanto aplicou-se um questionário aos dirigentes da empresa, enfocando o trabalho da empresa, para que com base no estudo teórico realizado fosse possível identificar o posicionamento e os objetivos da EMIL ao realizar este trabalho. Com a análise dos resultados constatou-se que a responsabilidade social vem sendo incorporada aos poucos já que exige o envolvimento dos públicos da empresa, e que há uma predisposição por parte dos mesmos por entenderem que este novo modelo gestão organizacional poderá beneficiar tanto empresa que adota, quanto a comunidade atingida, constituindo-se como um caminho para o desenvolvimento econômico e social, através do compromisso gerado entre as partes envolvidas. No entanto os objetivos da empresa precisam ser claramente apresentados, evitando desta forma que os públicos os interpretem como estratégias de marketing institucional, pelo respaldo que geram em torno do nome da empresa. No caso da EMIL, as ações socialmente responsáveis estão sendo incorporadas na medida em que cresce o comprometimento dos diversos públicos com o desenvolvimento da coletividade, pois estes reconhecem que a responsabilidade social não é um processo estanque, e portanto necessita ser contínuo para que se chegue a um objetivo comum, que é o desenvolvimento de ações voltadas aos problemas da sociedade. A EMIL prioriza ações que a coloquem frente ao desafio de ampliar e preparar os seus públicos para o exercício da cidadania, gerenciando seus negócios de forma que possibilite o crescimento da região onde está inserida, enquanto uma empresa cidadã.

[tulipass@bol.com.br](mailto:tulipass@bol.com.br); [forment@terra.com.br](mailto:forment@terra.com.br)