

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM CLUBES FORMADORES DE ATLETAS

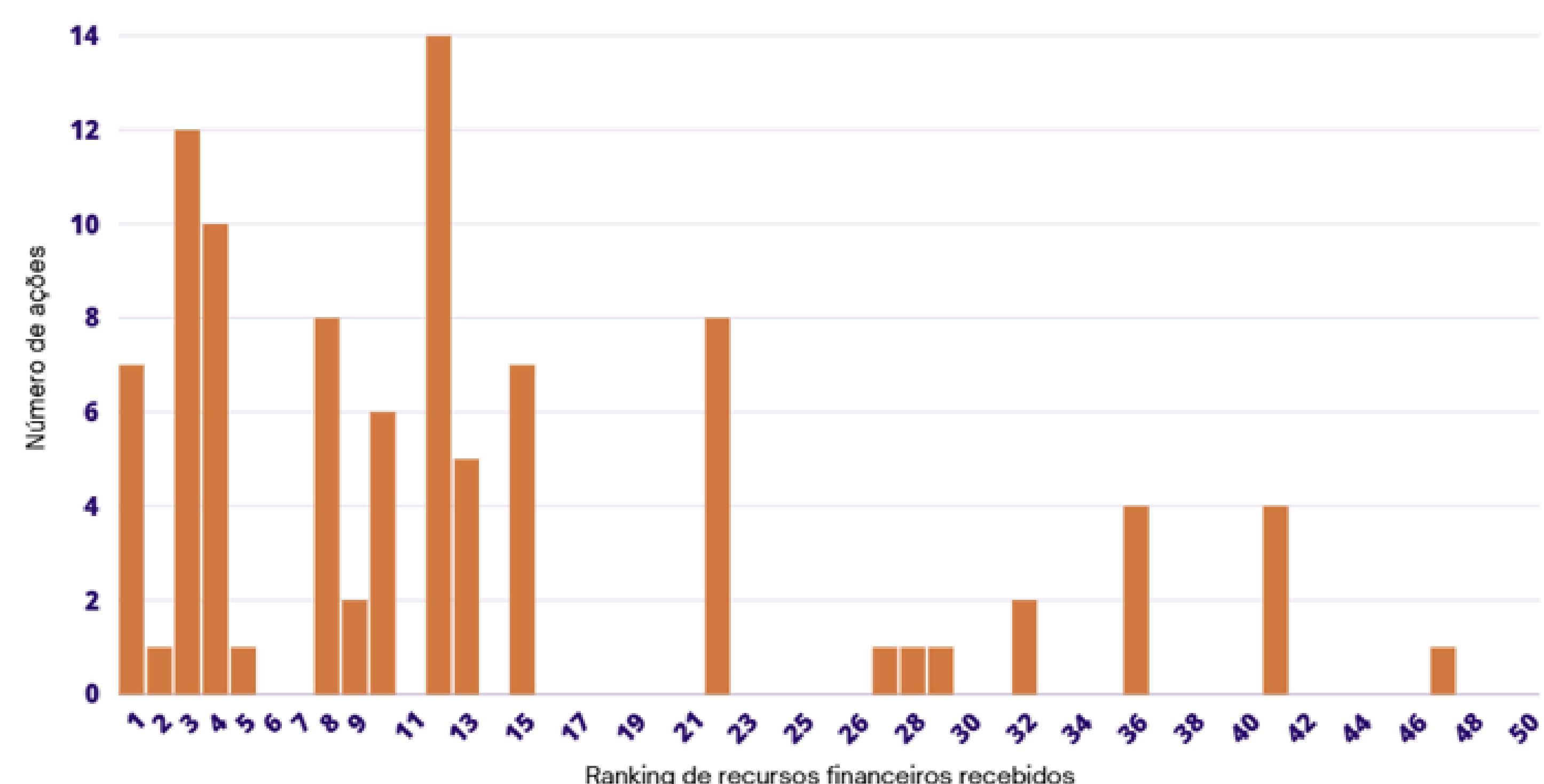
Bruno Eduardo Knies, Luiza Gremelmaier Rosa, Mariana Klauck Beirith,
Fernanda Rosalini Quadrado e Gabriel Henrique Treter Gonçalves

Introdução

Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é a integração das preocupações sociais e ambientais de empresas nas suas ações comerciais e na sua interação com seus *stakeholders* (partes interessadas) de forma voluntária (Commission of the European Communities, 2001). No âmbito esportivo, percebe-se que as organizações esportivas são altamente influentes na sociedade atual, podendo moldar de forma positiva e/ou negativa o discurso público em torno de normas de comportamento responsável (Walzel *et al.*, 2018). Com isso, entende-se que a adoção de práticas do ambiente corporativo, como de RSC, seja pertinente, também, na esfera das organizações esportivas.

Todas as ações foram comunicadas através de páginas disponíveis nos sites oficiais dos clubes e não em documentos específicos. Por fim, identificou-se que 81 (85,2%) das 95 ações de RSC cadastradas foram promovidas por clubes que ocupam a primeira metade da amostra, como mostra a Figura 1.

Figura 1 - Relação entre o número de ações e a posição de recebimento de recursos



Objetivos

Mapear as ações de RSC realizadas por Clubes Formadores de Atletas.

Descrever:

- temas abordados;
- *stakeholders* impactados;
- mecanismos de monitoramento;
- formas de comunicação;
- suporte oferecido para a execução dessas ações.

Discussão

- Tema → É compreensível que Assistência Social seja um tema predominante nesse contexto, pois representa uma maneira de apoio e devolução direta à comunidade na qual a organização esportiva está inserida ;
- Concentração → Percebe-se que a maior concentração de ações sociais implementadas e/ou divulgadas estão na primeira metade da amostra, sugerindo uma possível relação entre recebimento de recursos financeiros com maior implementação de ações;
- Comunicação → A grande maioria opta por divulgar suas ações na página oficial e não em documentos específicos;
- Monitoramento → A padronização e a divulgação de índices de monitoramento se mostram relevantes na divulgação do impacto gerado pelas ações aos *stakeholders*, além de incentivar outras organizações esportivas a adotarem práticas de RSC.

Conclusão

Os resultados demonstram um baixo número de organizações que possuem e comunicam ações de RSC e, dentre aquelas que o fazem, em sua maioria, não as comunicam de forma oficial e endereçam temas e *stakeholders* variados. Os índices de monitoramento ainda são insuficientes para garantir maior transparência nos resultados alcançados. Conclui-se, portanto, que os clubes formadores de atletas estão em um processo gradual de estruturação e implementação de práticas sociais, priorizando a filantropia, para suas comunidades por meio da oferta de serviços, oportunidades e iniciativas de conscientização voltadas à RSC, e tendo o apoio principalmente de voluntários e associados.

Referências:

- Commission of the European Communities. (2001). Promoting a European framework for corporate social responsibilities (COM [2001] 366 final). Brussels.
- Walzel, S., Robertson, J., & Anagnostopoulos, C. (2018). Corporate social responsibility in professional team sports organizations: An integrative review. *Journal of Sport Management*, 32(6), 511-530. <https://doi.org/10.1123/jsm.2017-0227>