

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS BRASILEIRAS

Uma análise das ações divulgadas nos sites
oficiais das organizações

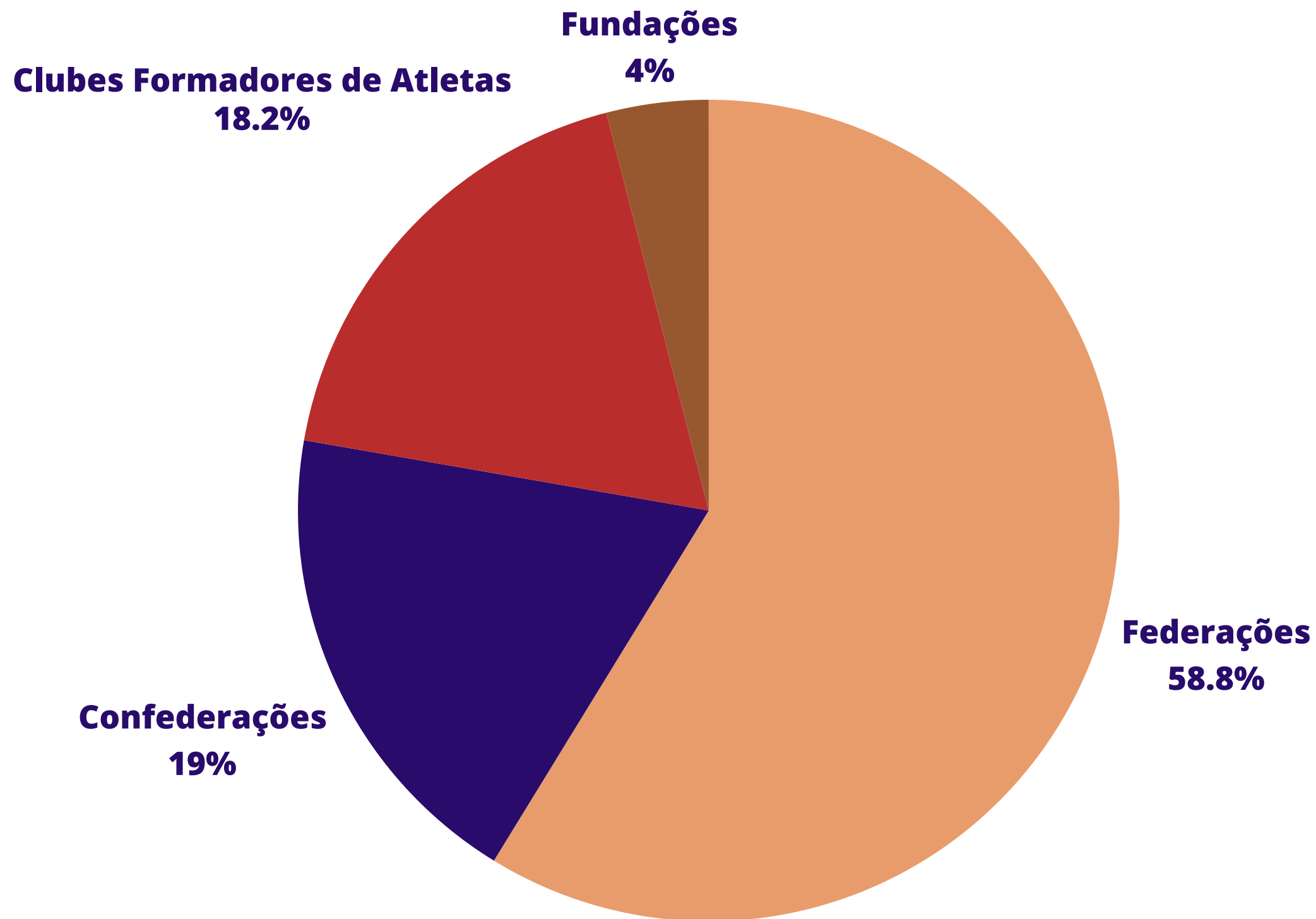
Bruno Eduardo Knies



Núcleo de Estudo em Gestão
e Marketing Esportivo



Organizações Esportivas Brasileiras



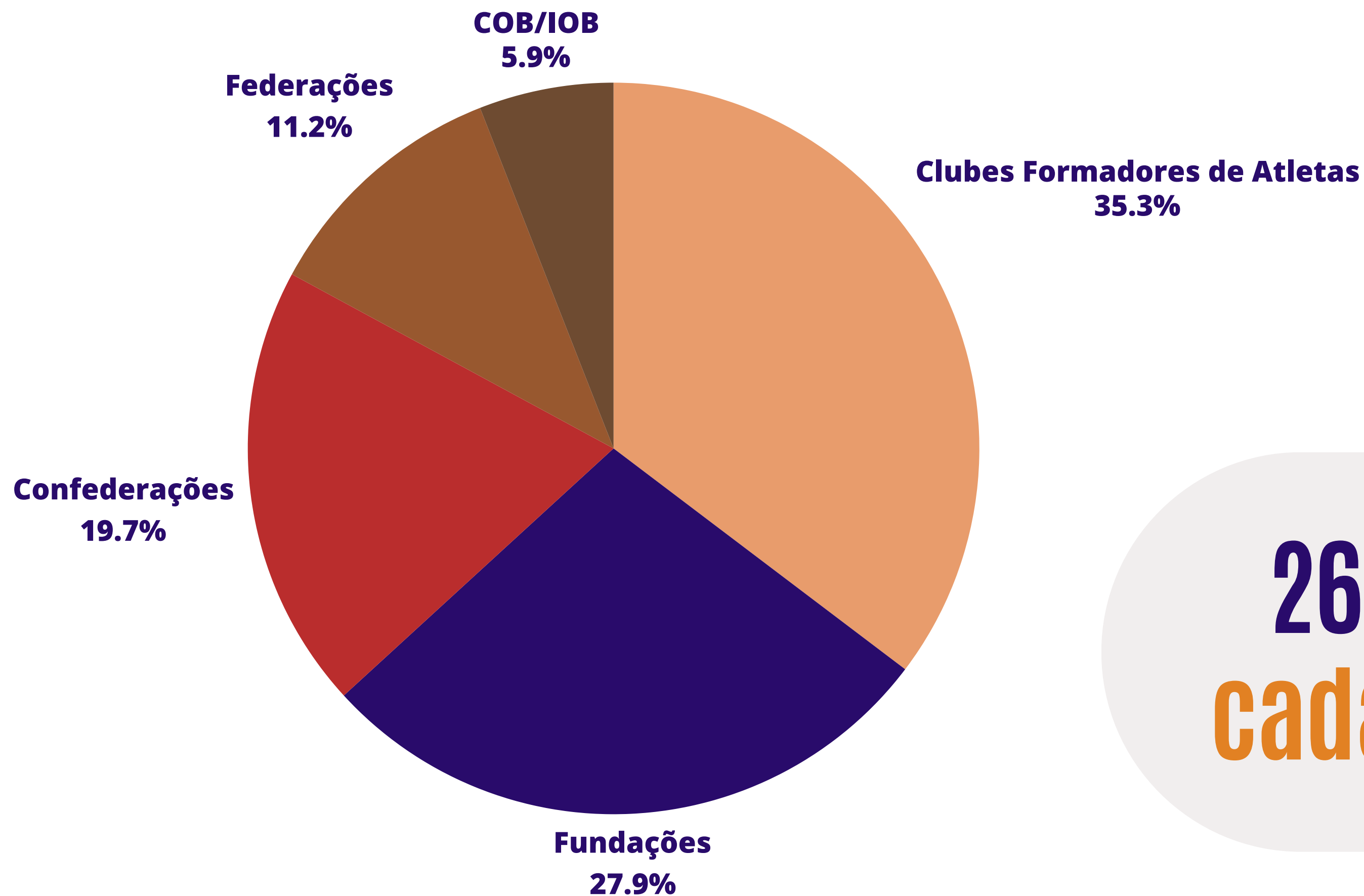
274 organizações cadastradas

Ações de responsabilidade social

75 ORGANIZAÇÕES POSSUEM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

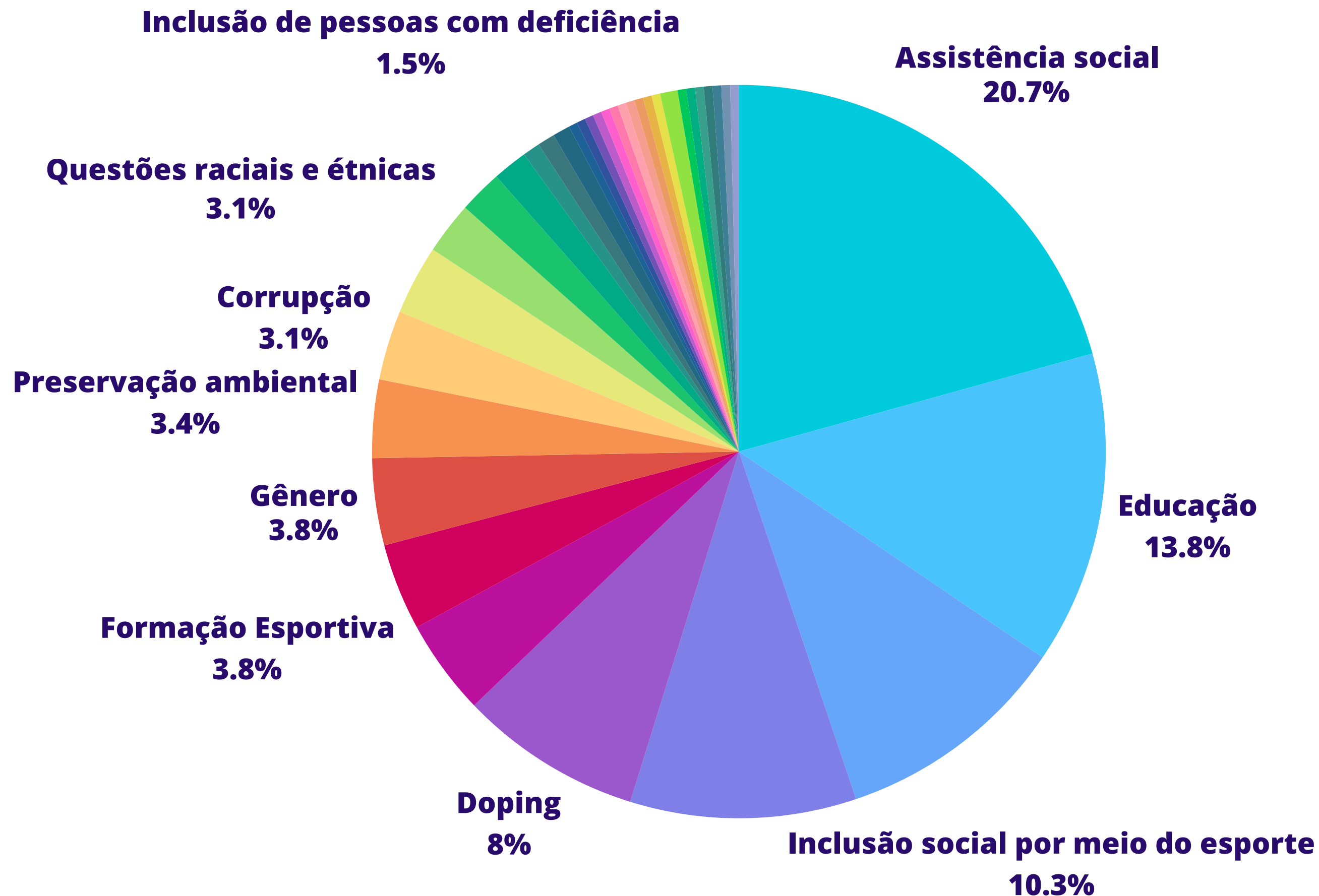
199 ORGANIZAÇÕES NÃO POSSUEM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Quantidade de ações por organização esportiva



269 ações
cadastradas

Temas das ações de responsabilidade social



O tema Assistência Social, em destaque nos resultados, pode ser relacionado ao conceito de Responsabilidade Social (RSC) altruísta ou humanitária, aquela que entende a RSC como a capacidade de promover o bem na sociedade. Assim, parece compreensível que Assistência Social seja o tema predominante nesse contexto, pois representa uma maneira de apoio e devolução direta à comunidade na qual a organização esportiva está inserida, melhorando a qualidade de vida e o bem-estar da mesma, sendo esta o *stakeholder* mais impactado pelas organizações investigadas.

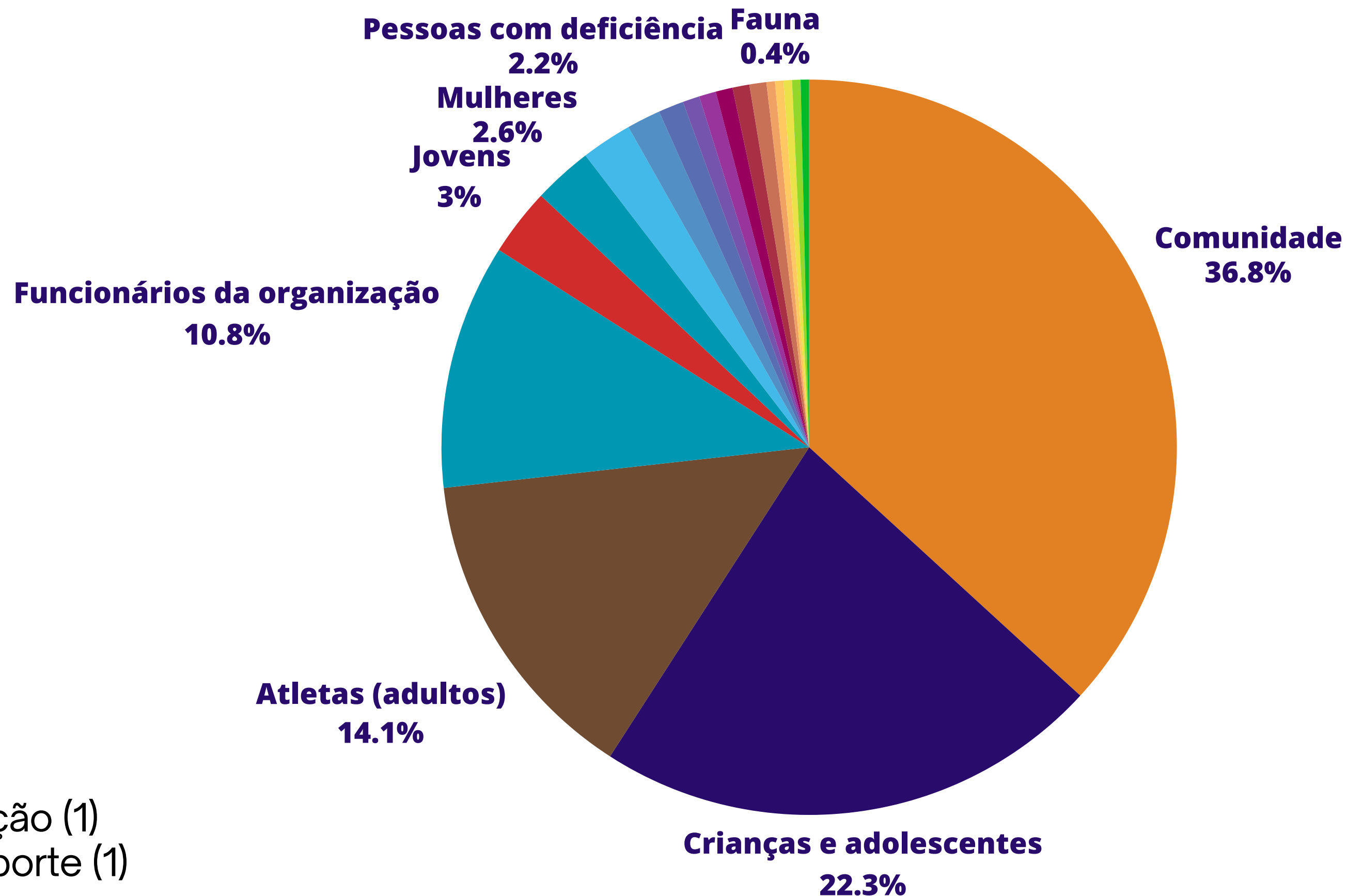
Outros temas contemplados

- Saúde (2,3%)
- Segurança (1,9%)
- Gestão (0,8%)
- População em situação de vulnerabilidade (0,8%)
- Trabalho e renda (0,8%)
- Inclusão e diversidade de LGBTQ+; (0,8%)
- Administração Esportiva (0,4%)
- Adoção de animais (0,4%)
- Assédio moral (0,4%)
- Comissão de atletas (0,4%)
- Consumo consciente (0,4%)
- Desenvolvimento de atletas (0,4%)
- Dupla carreira (0,4%)
- Esporte de alto rendimento (0,4%)
- Ética (0,4%)
- Gestão do esporte (0,4%)
- Gestão e Governança (0,4%)
- Mulheres, Negros e PCDs. (0,4%)
- Manipulação de resultados (0,4%)
- Qualidade de vida (0,4%)
- Segurança alimentar e nutricional (0,4%)
- Transporte e mobilidade (0,4%)
- Uso de tecnologia para mudança social (0,4%)
- Valorização e integração entre pessoas da terceira idade (0,4%)

Grupos de *Stakeholders* mais afetados

Outros stakeholders afetados

- Animais domésticos (4)
- Adultos (3)
- Atletas (base) (2)
- Famílias (2)
- Gestores e treinadores (2)
- Idosos (2)
- Torcedores (2)
- Entidades esportivas (1)
- Treinadores (1)
- Treinadores e Alunos de iniciação (1)
- Treinadores e Gestores do esporte (1)

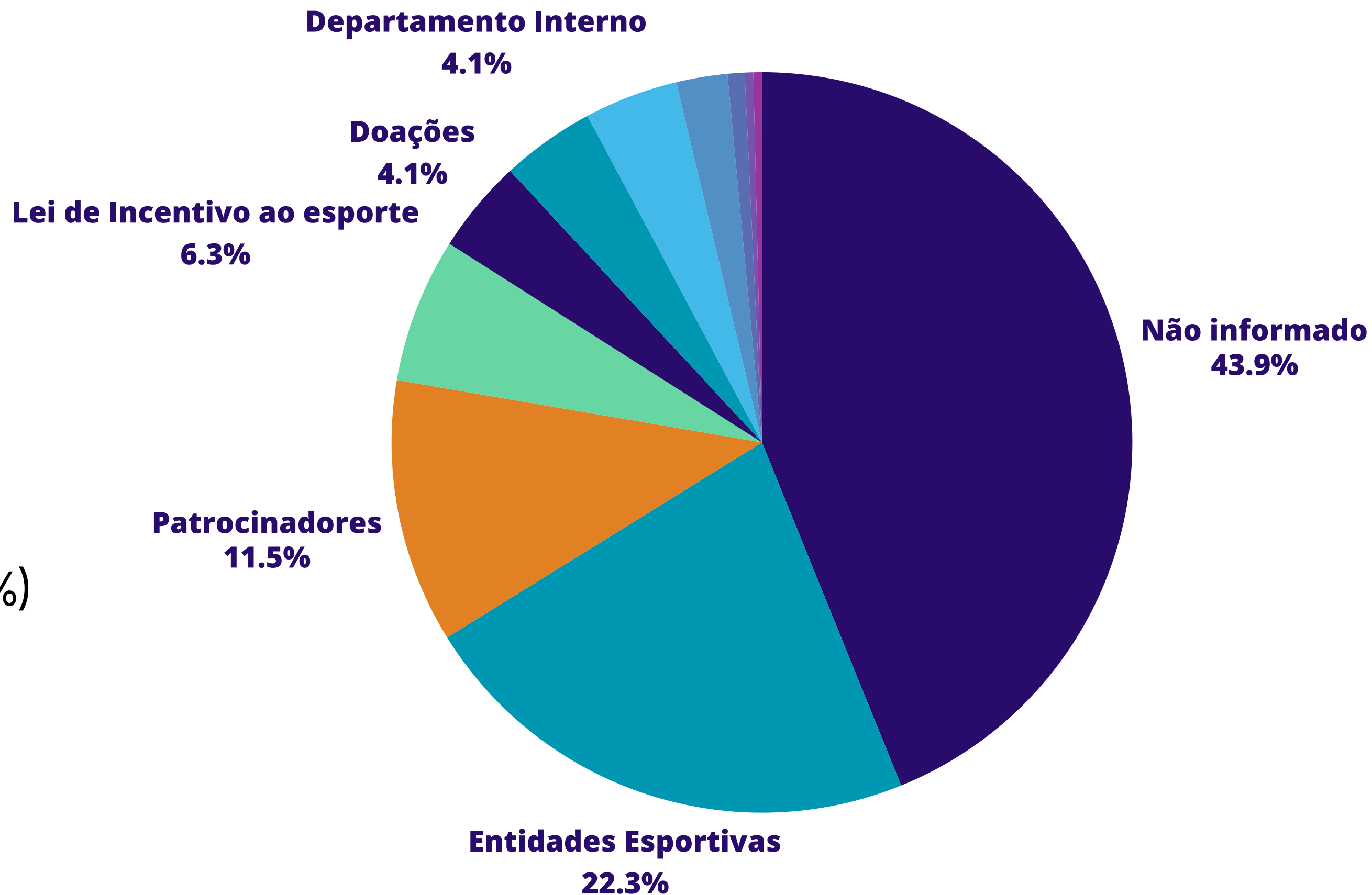


O *stakeholder* mais impactado comunidade faz relação com o tema predominante “assistência social”. Outros temas predominantes foram Educação e Inclusão Social por meio do Esporte, os quais possuem relação com o segundo stakeholder mais impactado - Crianças e Adolescentes. Essa relação pode ser explicada pela forma com que as organizações esportivas têm achado de incentivar e fomentar o esporte, desde a iniciação com projetos esportivos no contraturno escolar até o rendimento esportivo. Paralelamente, muitas organizações esportivas têm promovido a integração entre educação e esporte, visando o desenvolvimento integral de crianças e adolescentes nas comunidades em que atuam.

Quem dá suporte à estas ações?

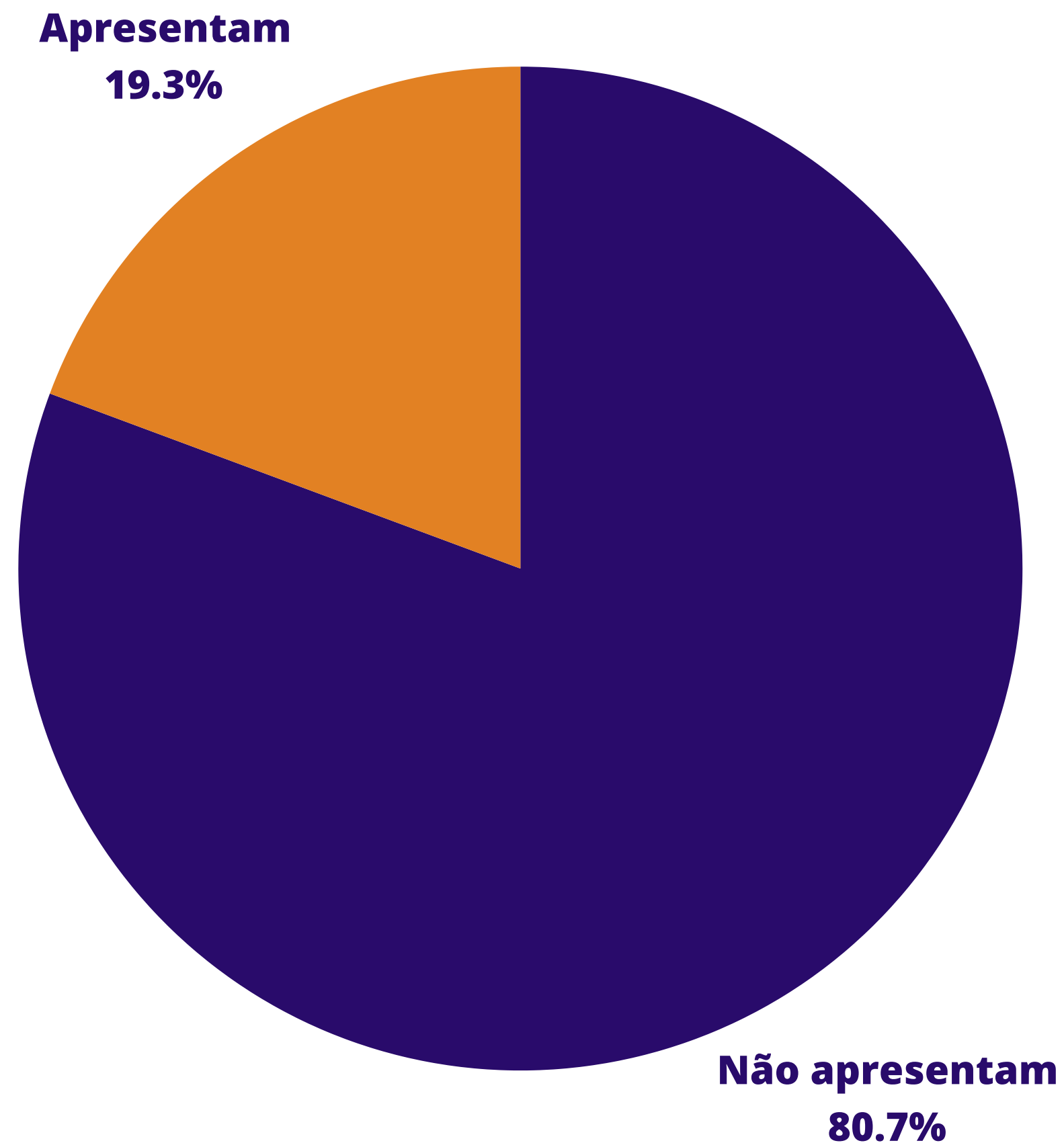
Outros stakeholders afetados

- Associados (4,1%)
- Entidades Públicas (2,2%)
- Voluntários (0,7%)
- Instituições de Ensino (0,7%)
- Governo Federal (0,7%)



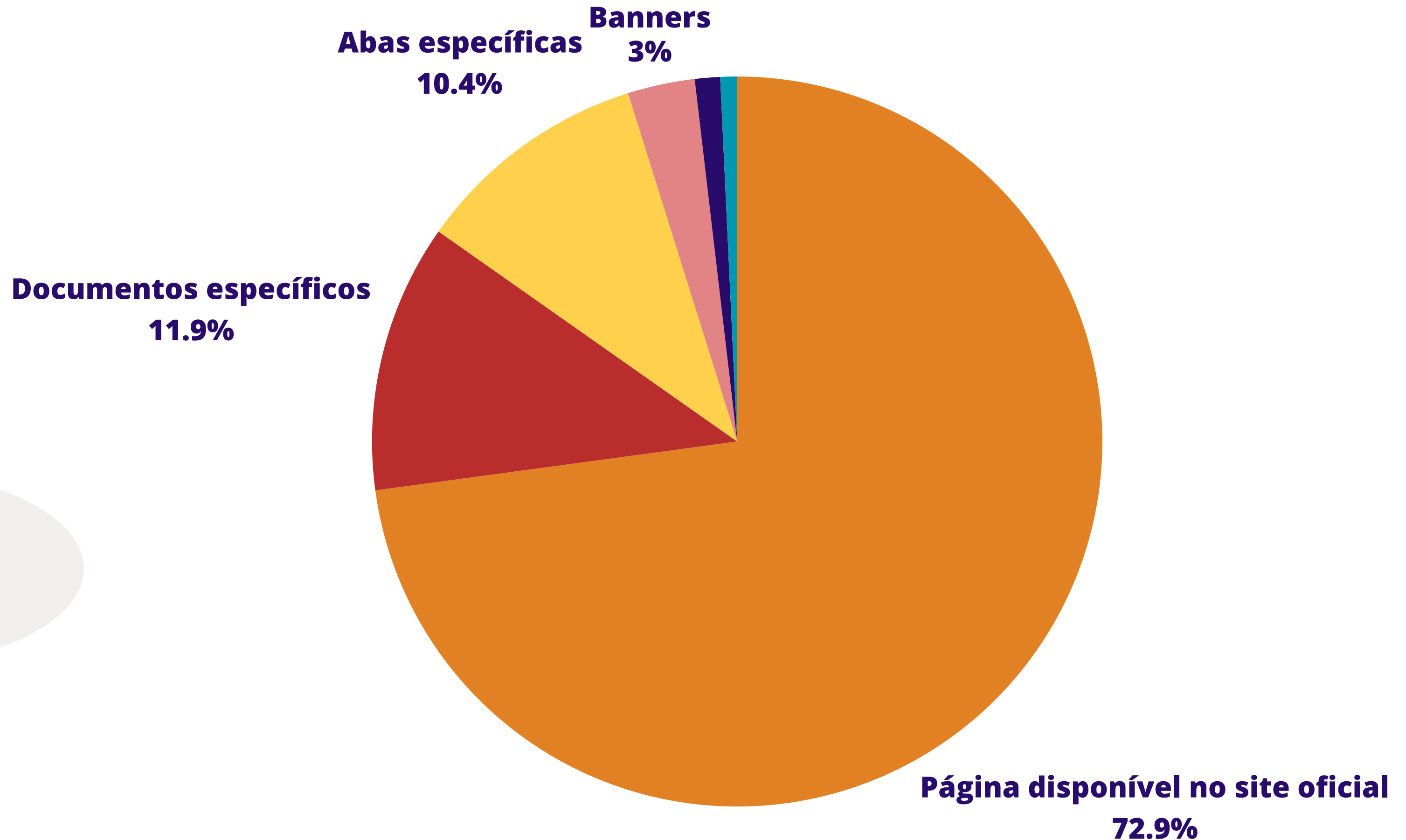
Os resultados mostram que o suporte às ações se deu predominantemente por Entidades Esportivas, podendo-se notar uma rede de apoio entre as organizações e a preocupação para manter projetos ativos e funcionando com qualidade. Patrocinadores, segundo maior apoiador das ações investigadas, também mostra-se com um papel fundamental para a criação, continuidade e manutenção das iniciativas de RSC, sendo o apoio a ações sociais uma forma de associar suas marcas a uma “boa causa”.

Índices de monitoramento



Analizando a variável Controle e Monitoramento, mais de 80% das ações cadastradas não tinham informações quanto aos índices que poderiam indicar o sucesso das iniciativas e se os resultados esperados foram alcançados. A divulgação desses índices é importante para demonstrar a relevância e o impacto gerado pelas ações aos diferentes stakeholders, além de incentivar outras organizações esportivas a adotarem práticas de Responsabilidade Social Corporativa.

Formas de comunicação



Outros formas de comunicação

- Vídeos (1,1%)
- Cartilhas (0,7%)

Foi observado que mais de 70% das organizações esportivas optam por divulgar suas ações na página do site oficial e não em documentos específicos. Frequentemente, utilizam a aba "Transparência" ou "Governança" para divulgar prestação de contas, processos eleitorais, organogramas, planejamento estratégico e outras informações, sendo também um possível espaço a ser utilizado em seu site oficial para a divulgação de relatórios sobre as ações de RSC promovidas.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS BRASILEIRAS

**Trabalho apresentado no 34º Seminário de
Iniciação Científica da UDESC/CEFID**

Bruno Eduardo Knies, Mariana Klauck Beirith e
Gabriel Henrique Treter Gonçalves



Núcleo de Estudo em Gestão
e Marketing Esportivo



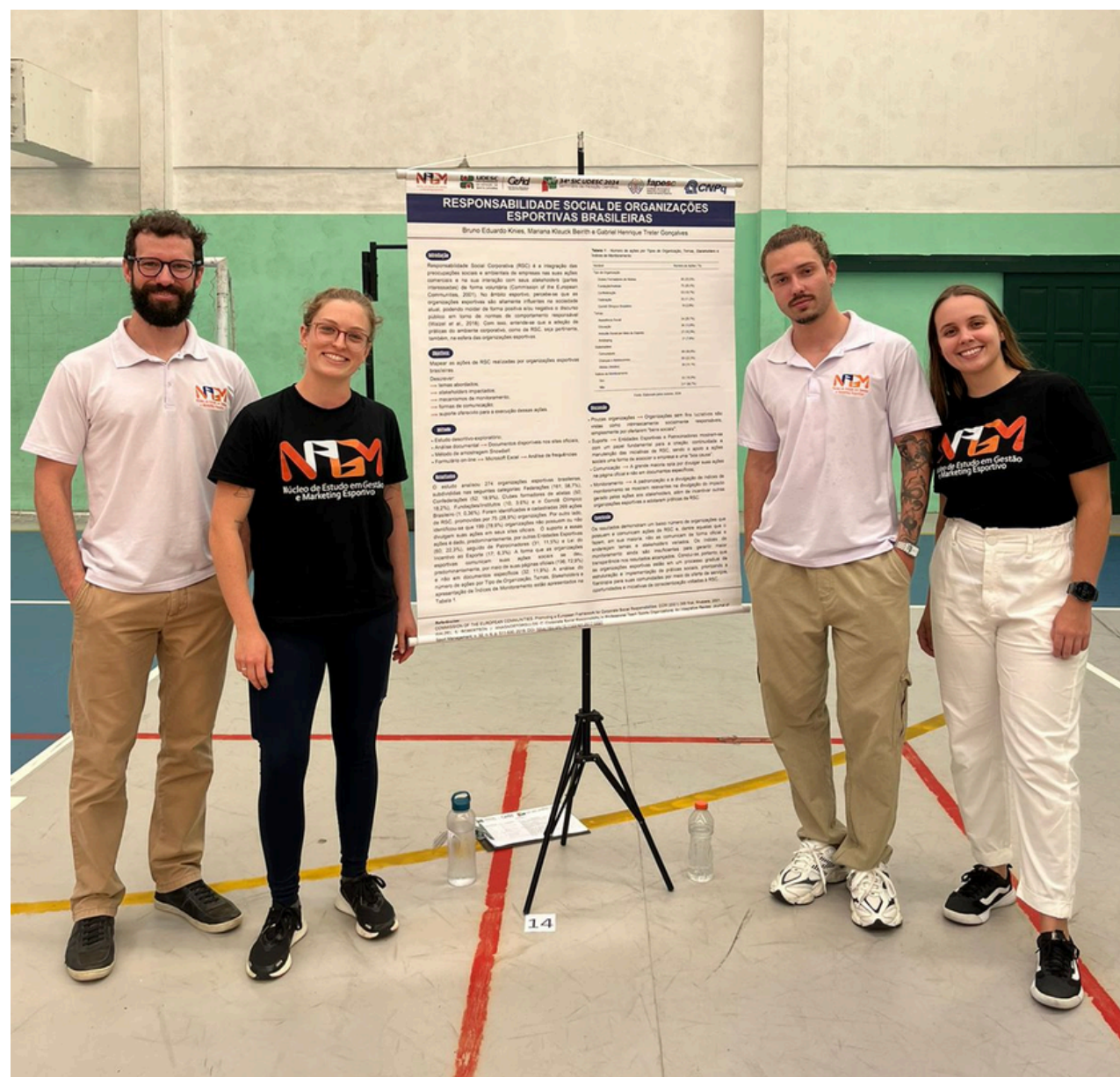
Núcleo de Estudo em Gestão
e Marketing Esportivo



34º SIC UDESC 2024
Seminário de Iniciação Científica



CENTRO DE CIÊNCIAS DA
SAÚDE E DO ESPORTE



Os dados e resultados obtidos neste relatório foram utilizados como base para apresentação do bolsista de iniciação científica Bruno Eduardo Knies no 34º Seminário de Iniciação Científica da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC/CEFID).

OBRIGADO!



Núcleo de Estudo em Gestão
e Marketing Esportivo