

6

Conclusão

O objetivo principal da pesquisa, conforme exposto no Capítulo 5, foi atingido ao percebermos que o confronto da Análise Relacional com a Tradicional foi capaz de trazer uma perspectiva de análise estratégica mais completa, confirmando a adequação da atual estratégia. Essa análise possibilitou uma visão mais ampla, que será relevante para o IC na definição das diretrizes para os próximos anos, e poderá ser útil como exemplo para análises estratégicas realizadas ou por gestores de outras ONGs, ou pela Academia, na idealização de futuras pesquisas sobre alianças e redes envolvendo o tema responsabilidade social corporativa.

O estudo caracterizou-se como uma oportunidade contextual de conciliação teórica e prática, resultante de uma conjunção de alguns fatores. Primeiramente, o momento organizacional de fechamento do primeiro biênio, caracterizado pela formalização das relações, consolidação das alianças e expansão geográfica para outros estados. Outro fator é a observação participante por parte da autora dentro da Diretoria da organização-foco. E finalmente, outros dois fatores a considerar são a franca expansão do Terceiro Setor nos últimos três anos, e a expectativa, para 2008 em diante, de progressiva atuação da sociedade civil em prol das questões sociais, sobretudo daquelas relacionadas à reversão das mudanças climáticas causadas pela agressão ao meio-ambiente.

O aprofundamento acerca das alianças e redes possibilitará ao Instituto da Criança maior potencial de conversão das forças e oportunidades de sua rede em resultados sociais. Constatou-se que a construção de indicadores que possibilitem o acompanhamento do desenvolvimento da rede permitirá que seja crescente o compromisso por parte da equipe de colaboradores, voluntários, e demais *stakeholders* com o fortalecimento dessa, em prol do atingimento dos objetivos organizacionais.

Em relação às contribuições para gestores de outras organizações não-governamentais, a realização da pesquisa representa uma nova perspectiva para

análises estratégicas. A gestão no Terceiro Setor, mais que no primeiro e no segundo, demanda a atuação em rede, com a articulação de alianças entre as organizações que integram o mesmo, e entre organizações dos outros dois setores. Os gestores dessas organizações poderão visualizar oportunidades onde hoje são vistas ameaças, bem como o inverso.

Como sugestão à Academia para futuras pesquisas, seria interessante ampliar os estudos referentes ao Terceiro Setor, à responsabilidade sócio-ambiental corporativa e ao desenvolvimento sustentável dentro das áreas de estratégia, ou de organizações. Cabe refletir sobre a hipótese de criação de núcleos de estudos sobre esses assuntos, dada a observação de algumas tendências apresentadas na Revisão da Literatura: o aumento da influência das ONGs por meio da organização em rede, o seu processo de profissionalização, a percepção das empresas acerca da importância da atuação com foco na responsabilidade sócio-ambiental e a crescente atuação conjunta de empresas, governo e sociedade civil.

Sob a ótica Relacional dentro do Terceiro Setor, pode ser considerada a realização de estudos com mais de uma ONG simultaneamente, englobando organizações que realizam atividade fim e organizações intermediárias, como o IC, obtendo um olhar mais completo sobre a dinâmica dessas organizações. As organizações intermediárias, que provêm apoio a organizações que atuam diretamente junto ao público beneficiado, estão crescendo em número no Brasil (ALIANÇA CAPOAVA, 2005).

É também importante entender como as empresas podem se beneficiar objetivamente de ações em prol da sociedade e do meio ambiente, criando soluções viáveis de implementação como: ganhos de imagem, maior atratividade de funcionários, redução de custos operacionais, etc. Quanto maior o número de empresas fazendo algo a mais pela transformação positiva do mundo, além das suas atividades convencionais, mais rápido será esse processo de mudança da cultura empresarial, e consequentemente, das pessoas.

Sugere-se ainda uma pesquisa mais aprofundada sobre a responsabilidade social corporativa no varejo, que pode ser feita também como no estudo de caso do Instituto da Criança, vista a composição de sua rede de empresas parceiras (75% Serviços, 20,83% Comércio e 4,17% Indústria). O comércio varejista tem excelente capilaridade na sociedade: mantém contato direto com fornecedores dos

diversos itens que vende , com clientes de vários níveis de renda, e de realidades distintas. Isso facilita a disseminação dos valores e princípios de uma postura de responsabilidade para com a sociedade e a natureza.

Por último, considera-se também que a Academia, dentro de sua missão de fomento do pensamento crítico de uma sociedade, amplie a discussão sobre uma nova forma de atuação, ou pacto social, que concilie os objetivos econômicos, sociais, ambientais e governamentais.

A postura de atuação responsável e ética será vista como uma atitude heróica enquanto for mais difícil e caro fazer o que é certo, seja no uso de material reciclado, ou no respeito integral à legislação trabalhista. Tanto as organizações da sociedade civil, as empresas, as instituições acadêmicas, quanto o governo, podem atuar em rede formando um poderoso instrumento de reivindicação para garantir o bem estar presente e futuro. Quanto mais diversificada e consolidada for a rede, menor poderá ser a dependência das partes, e, na mesma proporção, o risco de mercantilização das propostas de transformação.