

SUSTENTABILIDADE OU DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: ESTUDO DE CASO DO BANCO BRADESCO

Laura Dutra Bastos
Thainá da Silva Antônio
José Alfredo de Pádua Guerra

RESUMO

Com o início da industrialização e as tecnologias criadas, ao longo do século XX, possibilitaram o aparecimento de um novo cenário marcado por fortes mudanças socioculturais e econômicas, colaborando para o desenvolvimento de organismos capazes de incentivar e proteger o bem estar coletivo, juntamente com movimentos de uma sociedade consciente dos seus direitos. As causas dos problemas ambientais ocasionados pelo ser humano são decorrentes da utilização do meio ambiente a fim de se obter recursos necessários para a produção dos bens e serviços necessários e do escoamento de materiais e energia não aproveitados no meio ambiente. As empresas estão sendo cada vez mais influenciadas a identificar seus impactos ambientais e sociais. Preocupadas com seus valores, meio ambiente, a ética, a geração de emprego e renda, bem como seu próprio desenvolvimento sustentável, as empresas estão trabalhando de forma sistêmica as questões sociais juntamente com o planejamento e as táticas adotadas de sustentabilidade dos negócios e da sociedade. Este trabalho busca evidenciar a importância da Responsabilidade Social e do Desenvolvimento Sustentável como estratégias e instrumentos de divulgação das ações sociais de empresas socialmente responsáveis, podendo resultar, a longo prazo, em um fortalecimento da marca e na obtenção de um valor diferencial para seus produtos e serviços.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Desenvolvimento Sustentável; Empresas

INTRODUÇÃO

Com o início da industrialização e as tecnologias criadas, ao longo do século XX, possibilitaram o aparecimento de um novo cenário marcado por fortes mudanças socioculturais e econômicas, colaborando para o desenvolvimento de organismos capazes de incentivar e proteger o bem estar coletivo, juntamente com movimentos de uma sociedade consciente dos seus direitos. Esses movimentos foram influenciados pela necessidade de se assegurar os direitos fundamentais à população, exigindo das empresas a conciliação dos seus interesses organizacionais com os objetivos da sociedade, sobressaindo aqueles que adotassem as práticas éticas e socialmente responsáveis ou condenando os que negavam adotar esta filosofia. Foi dentro dessa realidade que as empresas começaram e passaram a oferecer, além da responsabilidade econômica juntamente com os seus investidores, a responsabilidade para com a sociedade e, especialmente, com o meio ambiente ao qual ela interage.

O método de desenvolvimento sustentável trouxe para as empresas dois desafios: onde era preciso criar inovações necessárias à existência humana sustentável e, por outro, derrotar as oposições da sociedade aos novos produtos e serviços oferecidos. Diante disso, surgiram novas tecnologias que impulsionaram os negócios sustentáveis, proporcionando às empresas uma nova forma de criação de valor de seus produtos .

No Brasil, as empresas deram início a uma nova postura comprometida com a ética e a transparência, responsabilizando-se pelo desenvolvimento social, de ações sociais, bem como o desenvolvimento da sociedade como um todo. Este elemento, chamado de Responsabilidade Social, está despertando cada vez mais, o interesse de pesquisadores tanto no meio acadêmico como no meio empresarial, ganhando força também na sociedade, demonstrando ao indivíduo a relevância da atuação socialmente responsável por parte da empresas.

É dentro deste contexto que as complexas relações entre empresa, sociedade e meio ambiente, define a relevância do estudo da Responsabilidade Social Empresarial. Relação essa que acomete governos, ONGs, a sociedade e o próprio meio ambiente; evidenciando-os a reflexão sobre a real função das empresas na sociedade bem como quais ações necessitam serem tomadas no setor empresarial

a fim de reduzir os impactos negativos causados por meio de suas ações, potencializando os impactos positivos atuantes na sociedade como um todo.

Os problemas ambientais estão relacionados ao aumento da escala de produção, o que estimula a exploração de recursos naturais, elevando a quantidade de resíduos, bem como o consumo. Um dos resultados da crescente importância do meio ambiente foi o crescimento do número de organizações ecológicas, tanto no plano internacional, como em nível nacional. A gestão ambiental consiste em diretrizes, atividades administrativas e operacionais, que planejam, direcionam, controlam e alocam recursos, com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pelas ações humanas, quer evitando que elas surjam.

As empresas estão sendo cada vez mais influenciadas a identificar seus impactos ambientais e sociais. Preocupadas com seus valores, meio ambiente, a ética, a geração de emprego e renda, bem como seu próprio desenvolvimento sustentável, as empresas estão trabalhando de forma sistêmica as questões sociais juntamente com o planejamento e as táticas adotadas de sustentabilidade dos negócios e da sociedade. Diante desta nova postura é que surge a Responsabilidade Social Empresarial; governos, empresas e sociedade buscam organizar novas respostas visando o desenvolvimento sustentável e englobando tanto os aspectos econômicos como os sociais e ambientais.

De acordo com Santos (2008), as empresas no mundo todo estão vendo na responsabilidade social, uma nova forma estratégica que possibilita aumentar seus lucros além de potencializar seus desenvolvimentos. Essa tendência é decorrente da conscientização do consumidor, que busca cada vez, comprar produtos ecologicamente corretos e frutos de práticas empresariais sustentáveis.

Este trabalho busca evidenciar a importância da Responsabilidade Social e do Desenvolvimento Sustentável como estratégias e instrumentos de divulgação das ações sociais de empresas socialmente responsáveis, podendo resultar, a longo prazo, em um fortalecimento da marca e na obtenção de um valor diferencial para seus produtos e serviços.

Esta pesquisa se justifica pelo fato que atualmente as empresas buscam cada vez mais alternativas que lhes tragam garantias em

relação à segurança ao meio ambiente, ao bem estar dos colaboradores e à sociedade, além do lucro e aumento da competitividade que estas estratégias possibilitam. Desta forma, evidenciar a importância da Responsabilidade Social e do Desenvolvimento Sustentável como estratégias e instrumentos de divulgação das ações sociais de empresas socialmente responsáveis como a do banco Bradesco, possui grande importância teórica e prática, onde as informações deste estudo podem se tornar fonte de estudo para eventuais consultas ou ações a serem adotadas por empresas que buscam uma diferenciação no mercado.

1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL

1.1 Evolução e conceitos

De acordo com Pimentel e Marasea (2004), no Brasil, os empresários demoraram a se sensibilizarem com Responsabilidade Social. No período de 1950 a 1994, este tema ocupava apenas a atenção de poucos intelectuais, não chegando a fazer parte de empresas. Neste período, existiram apenas algumas ações esporádicas, que buscavam apenas reprimir as manifestações mais agressivas de operários. Somente na década de 1990, visto a nova realidade político-econômica, é que a Responsabilidade Social passou a se tornar assunto concreto nas ações empresariais.

Conforme Levek et al (2002), atualmente muitas empresas estão utilizando-se da Responsabilidade Social através de vários Programas Sociais, procurando demonstrar especialmente função social perante a comunidade na qual está inserida.

Esta prática utilizada pelas empresas demonstra a atual preocupação com os efeitos sociais e ambientais das atividades das organizações, além dos valores éticos e morais, que as mesmas definem, possuem o intuito de contribuir para o bem comum e para a melhoria da qualidade de vida das comunidades.

De acordo com Melo Neto e Froes (2001, p. 26):

A Responsabilidade Social busca estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva. Sua ética social é centrada no

dever cívico. As ações de Responsabilidade Social são extensivas a todos os que participam da vida em sociedade – indivíduos, governo, empresas, grupos sociais, movimentos sociais, igreja, partidos políticos e outras instituições.

De acordo com Gomes e Rossin (2006), a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é uma tendência mundial, que surgiu, através de dilemas éticos que se apresentam cada vez mais fortes perante a elevação dos níveis de consciência popular. Atualmente a Responsabilidade Social, Ambiental e de Direitos Humanos, já abrangem parte das empresas, sendo considerada uma questão de sobrevivência antes que uma obrigação, uma ferramenta de inserção no mercado global e como instrumento para o aumento da competitividade.

Segundo o Instituto Ethos (2003), a Responsabilidade Social Empresarial, portanto, está associada à forma como que as empresas efetuam seus negócios: os critérios que utilizam para a tomada de decisões, os valores que definem suas prioridades e os relacionamentos com todos os públicos com os quais interagem.

Conforme Brito (2007), vários fatores foram essenciais para que a Responsabilidade Social fosse aplicada nas empresas, podem citar as mudanças decorrentes como a quebra do modelo fordista/keynesiano de trabalho, o progresso tecnológico e de gestão, desemprego, exclusão social, questões associadas aos impactos negativos causados ao meio ambiente, mercado consumidor mais exigente e participativo, entre outros, possibilitaram estabelecer um novo panorama mundial, voltado para as questões de cunho social. Desta forma, o movimento da RSE (Responsabilidade Social Empresarial) é decorrente de três fatores que marcam a época atual:

- A revolução tecnológica (satélites, telecomunicações), que eliminou distâncias e multiplicou a troca de informações via televisão, jornais, rádio, telefone e internet;
- A revolução educacional, que é consequência do número cada vez maior de pessoas que frequentam escolas e querem mais informações;
- A revolução cívica, que é representada por mi-

lhões de pessoas organizadas de todo o mundo reunidas em associações e organizações não-governamentais (ONGs), defendendo seus direitos e seus interesses, como a promoção social e a proteção ambiental. (BRITO 2007, p.6).

É primordial que as empresas deixem bem claro, para si e para seus empregados, o conceito de Responsabilidade Social, procurando ter consciência sobre seus efeitos na sociedade e no meio ambiente, bem como o de seus impactos nos planos local, regional e nacional. Sendo assim, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) consiste no exercício da cidadania corporativa, e as empresas que transmitem uma imagem ética e moral estão sendo beneficiadas em suas atividades por essas atitudes (LEVEK et al., 2002).

1.2 As Diretrizes da Responsabilidade Social Empresarial

De acordo com Brito (2007), o Instituto *Ethos* de Empresas e Responsabilidade Social buscou definir o papel de uma empresa socialmente responsável através do desenvolvimento de indicadores qualitativos e quantitativos, objetivando realizar uma avaliação da gestão, planejamento e concretização das estratégias, que contribuem para o desenvolvimento social. Para que as relações e práticas corporativas fossem realizadas de forma ética e transparente, o instituto criou um modelo estratégico que possibilitou às empresas definir o que deve ser planejado em termos de metas e objetivos, apresentado em sete diretrizes essenciais:

- 1ª Adoção de valores e trabalho com transparência;
- 2ª Valorização de empregados e colaboradores;
- 3ª Fazer sempre mais pelo meio ambiente;
- 4ª Envolver parceiros e fornecedores;
- 5ª Proteger clientes e consumidores;
- 6ª Promover sua comunidade;
- 7ª Comprometer-se com o bem estar comum (BRITO, 2007).

Brito (2007), afirma que existem quatro dimensões da Responsabilidade Social Empresarial, todas associadas à obrigação de uma empresa elevar ao máximo seus impactos positivos na sociedade e diminuir seus impactos negativos, conforme a demonstra a figura I:

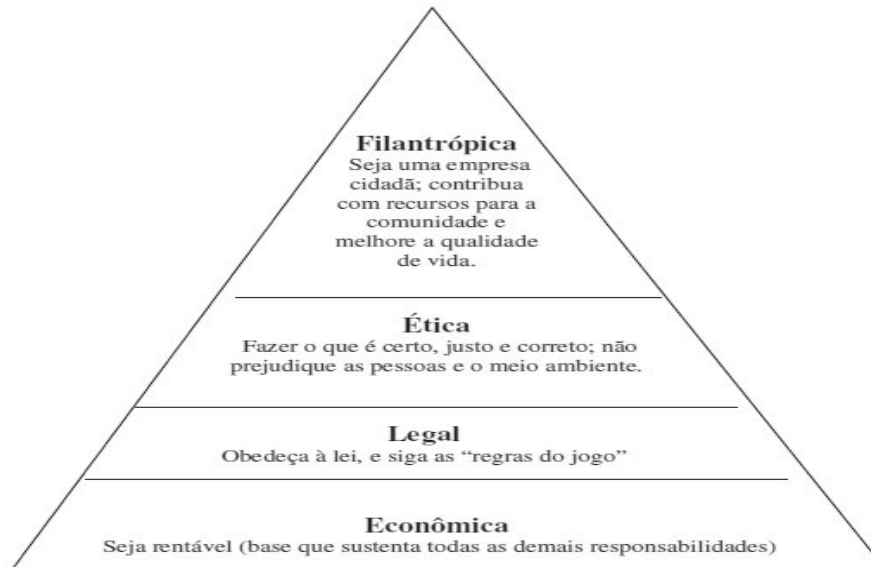


Figura I – Dimensões da Responsabilidade Empresarial.

Fonte: (BRITO, 2007 p 7).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios (2008, p. 23), determina que a ética nas empresas deva envolver:

- A preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam ou venham a afetar todos os stakeholders envolvidos;
- A promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos, de cidadania e da participação da sociedade;
- O respeito ao meio ambiente e a contribuição para sua sustentabilidade em todo o mundo;
- O maior envolvimento nas comunidades em que se insere a empresa, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos

indivíduos ou até atuando diretamente na área social, em parceria com governos ou isoladamente.

O Código de Ética Empresarial antes era originário da Declaração de Princípios (descrição da missão, visão, princípios e valores da empresa); atualmente, além desses princípios, contém o Código de Conduta da empresa em um só instrumento, demonstrando:

- Missão e Visão da Empresa;
- Princípios e Valores da Empresa;
- Princípios Éticos Gerais;
- Princípios Gerais de Justiça e equidade no relacionamento com os stakeholders;
- Gestão, tratamento, respeito e preservação do Meio Ambiente;
- Gestão da Sustentabilidade;
- Normas e Padrão de Comportamento da empresa e de seus colaboradores;
- Organismos internos para reportar alguma desconformidade ao código;
- Procedimentos e padrões de atuação e controle (órgãos internos) (INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS, 2008, p.24).

A empresa que adota um código de ética possui uma grande oportunidade de aumentar a relação entre os funcionários da empresa e estimular o comprometimento deles, além de permitir a uniformização de critérios na empresa, dando respaldo para aqueles que devem tomar decisões. Com a adoção do código de ética é possível ter uma harmonia melhor na empresa, bem como a ordem, a transparência, a tranquilidade, em razão dos referenciais que cria (INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS, 2008).

1.3 Implantação

De acordo com Rodrigues e Souza (2004), existem duas cor-

rentes: uma favorável e outra desfavorável à implantação da Responsabilidade Social em uma empresa. A tabela I demonstra os principais argumentos para sua implantação. Atualmente é crescente o número de empresas que estão optando por implantar a Responsabilidade Social Empresarial, visto principalmente as questões primárias que o Estado deixa de atuar, como educação, segurança e saúde. É nesta lacuna deixada em aberta pelos governos que as ações sociais das empresas tendem a tentar preencher.

Tabela I – Principais argumentos na implantação da Responsabilidade Social

RESPONSABILIDADE SOCIAL		
	Argumentos Desfavoráveis	Argumentos Favoráveis
Argumentos Teóricos	Transferência de uma função principal do Governo para as empresas.	Melhorias na comunidade onde a empresa de insere significam melhorias na empresa.
	Dificuldade de quantificação das ações sociais por parte das empresas e da sociedade.	Ser socialmente responsável é ser ético.
	Redução dos lucros das empresas por destinar recursos a ações sociais.	Demonstrar sensibilidade social protege a empresa de possíveis intervenções governamentais.
	Baixa habilidade dos empresários em identificar o melhor foco para as ações.	Fortalecimento de valores judaico-cristãos como caridade e preocupação social.
Argumentos Práticos	Comprometimento da otimização do patrimônio líquido das empresas com gastos em ações sociais.	Ações que demonstrem sensibilidade social podem ser lucrativas para a empresa (marketing social).
	O custo de programas sociais seria um peso para as empresas e teria que ser repassado para os clientes em forma de aumento nos preços.	Ser socialmente responsável melhora a imagem pública da empresa.
	Baixo incentivo governamental para as empresas realizarem ações sociais.	Aumento da cotação na bolsa de valores das empresas que possuem capital aberto.

Fonte: (RODRIGUES; SOUZA, 2004, p. 3747).

Segundo Rodrigues e Souza (2004), para auxiliar as empresas na compreensão e na implantação dos critérios de Responsabilidade Social, no Brasil criou-se o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, desde o ano de 1998. Este instituto busca organizar a prática da Responsabilidade Social em sete tópicos como pode ser visualizado na tabela 2. Estes tópicos buscam demonstrar quais são as principais áreas de atuação de uma empresa quanto à prática da Responsabilidade Social. Estudos atuais identificaram que as principais ações de

Responsabilidade Social Empresarial, praticadas por grandes empresas estão ocorrendo por meio de ações filantrópicas desempenhadas na comunidade em que a empresa está inserida, tais como educação, trabalhos voluntários de recuperação de drogados, auxílio a entidades de saúde, recuperação e preservação do meio-ambiente, entre outros.

Tabela 2 – Tópicos necessários para a implantação da Responsabilidade Social em uma empresa, de acordo com o Instituto Ethos:

TÓPICO	CONCEITOS ASSOCIADOS	
Valores e transparência	Auto-regulação da conduta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compromissos éticos ▪ Enraizamento na cultura organizacional
	Relações transparentes com a sociedade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diálogo com as partes interessadas (<i>stakeholders</i>) ▪ Relações com a concorrência ▪ Balanço social
Público interno	Diálogo e participação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relações com sindicatos ▪ Gestão participativa
	Respeito ao indivíduo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compromisso com o futuro das crianças ▪ Valorização da diversidade
	Trabalho decente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política de remuneração, benefícios e carreira ▪ Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho ▪ Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade ▪ Comportamento frente a demissões ▪ Preparação para aposentadoria
Meio-ambiente	Responsabilidade frente às gerações futuras	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprometimento da empresa com a causa ambiental ▪ Educação ambiental
	Gerenciamento do impacto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerenciamento do impacto no meio-ambiente do ciclo de vida de produtos/serviços ▪ Minimização de entradas e saídas de materiais
Fornecedores	Seleção, avaliação e parceria com fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Critérios de seleção e avaliação de fornecedores ▪ Trabalho infantil na cadeia produtiva ▪ Relações com trabalhadores terceirizados ▪ Apoio ao desenvolvimento de fornecedores
Consumidores e clientes	Dimensão social do consumo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política de comunicação comercial ▪ Excelência do atendimento ▪ Conhecimento dos danos potenciais dos produtos e serviços
Comunidade	Relações com a comunidade local	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno ▪ Relações com organizações locais
	Ação social	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Financiamento da ação social ▪ Envolvimento da empresa com a ação social
Governo e sociedade	Transparência política	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuições para campanhas políticas ▪ Práticas anticorrupção e propinas
	Liderança social	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderança e influência social ▪ Participação em projetos sociais governamentais

Fonte: (RODRIGUES; SOUZA, 2004, p. 3749).

1.4 Normas e Instrumentos de Certificação da Responsabilidade Social Empresarial

De acordo com Noriler e Machado (2008), o Instituto ETHOS desenvolveu um processo através de ferramentas capaz de auxiliar as empresas no processo de aprofundamento de seu comprometimento com a Responsabilidade Social e com o Desenvolvimento Sustentável. A Tabela 3 demonstra todas as ferramentas de gestão estudadas pelo instituto, sua finalidade e seus respectivos indicadores:

TABELA 3 – Ferramentas de Gestão da Responsabilidade Empresarial e Desenvolvimento Sustentável:

Ferramenta de Gestão	Finalidade	Indicadores
ISSO 26000	Estabelecer um padrão internacional para implantação de um sistema de gestão de SER e de certificação de empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • Norma em elaboração
SA 8000	Ferramenta de gerenciamento das relações e trabalho.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestão • Remuneração • Saúde e segurança • Discriminação • Horário de trabalho • Liberdade de associação e direito à negociação coletiva • Trabalho infantil • Trabalho forçado • Práticas disciplinares
AA 1000	Obter um relato social ético da empresa e assegurar a qualidade da contabilidade e auditoria.	<ul style="list-style-type: none"> • Planejamento • Contabilidade • Auditoria e relatório • Implementação • Engajamento das partes interessadas

ISO 14000	Elaboração e controle do sistema de Gestão Ambiental que avalia e reduz o dano provocado potencialmente ao meio ambiente pelas atividades da empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Gestão Ambiental
Indicadores ETHOS	Instrumento de avaliação e planejamento para as empresas que buscam excelência e sustentabilidade em seus negócios.	<ul style="list-style-type: none"> • Valores e transparências • Público interno • Meio Ambiente • Fornecedores • Consumidores e clientes • Comunidades • Governo e sociedade
Balança social	Demonstrar com base técnica e contábil, gerencial e econômica as ações da empresa para com a sociedade.	<p><i>Indicadores Sociais Internos:</i> Alimentação Encargos sociais compulsórios Previdência privada Saúde Segurança e medicina do trabalho Educação Cultura Capacitação e desenvolvimento profissional Creches PPR</p> <p><i>Indicadores Sociais Externos:</i> Educação Cultura Saúde e saneamento Habitação Esporte Lazer Creches Alimentação</p> <p><i>Indicadores Ambientais</i> Relacionados com a operação da empresa - Programas e/ ou projetos externos.</p>

Check-list de Melo Neto e Froes (2001)	Auxiliar as empresas a gerenciar com eficácia e eficiência suas ações sociais	<i>Responsabilidade Social Interna:</i> Benefícios e sistema de remuneração Gestão de trabalho Ambiente de trabalho Relevância social da vida no trabalho Espaço total de vida Direitos dos empregados Desenvolvimento dos empregados. <i>Responsabilidade Social Externa:</i> Relações empresa comunidade. <i>Responsabilidade Social Ambiental:</i> Meio ambiente.
-----------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: (NORILER; MACHADO, 2008, p.8-9).

2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

2.1 Evolução e conceitos

Conforme Barbieiri (2007), as causas dos problemas ambientais ocasionados pelo ser humano são decorrentes da utilização do meio ambiente a fim de se obter recursos necessários para a produção dos bens e serviços necessários e do escoamento de materiais e energia não aproveitados no meio ambiente. No entanto nem sempre a utilização dos recursos do meio ambiente ocasionou degradação ambiental, visto que a população e o consumo eram menores e a maneira pela qual os seres humanos se relacionavam com a natureza e interagiam com ela era diferente. Os problemas ambientais estão relacionados ao aumento da escala de produção, o que estimula a exploração de recursos naturais elevando a quantidade de resíduos, bem como o consumo.

De acordo com Dias (2006), um dos resultados da crescente importância do meio ambiente foi o crescimento do número de organizações ecológicas, tanto no plano internacional, como em nível nacional. Foram introduzidos no cenário internacional novos atores

que desenvolveram ações e campanhas que contribuíram para a melhoria na qualidade de vida e exigiram responsabilidade por parte das empresas. Desta forma a conscientização ambiental teve seu início na segunda metade do século XX, ocorrendo paralelamente ao aumento das denúncias sobre os problemas de contaminação do meio ambiente. O processo gerou um grande número de normas e regulamentos internacionais que foram reproduzidos nos estados nacionais e, ao mesmo tempo, surgiram inúmeros órgãos responsáveis para acompanhar a aplicação desses instrumentos legais, implicando em uma mudança radical de atitude por parte das organizações do setor privado e público da economia, tendo que levar em conta a opinião pública quando se trata de questões ambientais.

Conforme Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002), foi através da Comissão Mundial do Ambiente e Desenvolvimento (Comissão Brundtland), em seu relatório de 1987, que se enfatizou a importância da proteção do ambiente na realização do desenvolvimento sustentável.

A gestão ambiental são as diretrizes, atividades administrativas e operacionais, que planejam, direcionam, controlam e alocam recursos, com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pelas ações humanas, quer evitando que elas surjam. (BARBIERI, 2007 p. 19).

Desta forma, o cuidado com o meio ambiente atualmente é considerado uma das prioridades de qualquer empresa, conforme a carta empresarial para o Desenvolvimento Sustentável. Este documento foi elaborado por uma Comissão de representantes de empresas, desenvolvido na Câmara do Comércio Internacional em 1991, buscando melhorar os resultados de suas ações sobre o ambiente. Este documento considera que as empresas necessitam ter consciência de que deve existir um objetivo comum entre o desenvolvimento econômico e proteção ambiental, tanto para o presente, como para o futuro. (ANDRADE; TACHIZAWA; CARVALHO, 2002).

Conforme Barbieri (2007), a saída para uma solução dos problemas ambientais, ou sua minimização, depende das atitudes dos empresários e administradores; esses precisam considerar o meio am-

biente, adotando concepções administrativas e tecnológicas e buscar contribuir para ampliar a capacidade de suporte do planeta (BARBIERI, 2007).

Desta forma, pode-se dizer que a gestão ambiental é a revisão das operações de uma empresa para a perspectiva ecológica, sendo motivada por mudanças nos valores da cultura organizacional, da dominação para a parceria, da ideologia do crescimento econômico para a ideologia da sustentabilidade ecológica. É a mudança para um novo estilo de administração: do mecanicista para o sistêmico (TACHIZAWA, 2005).

De acordo com Harrington e Knight (2001), a legislação ambiental varia de País para País. Para que as empresas pudessem participar do mercado internacional, verificou-se a importância de se reconhecer que a gestão ambiental tinha que ascender na escala das prioridades corporativas. Desta forma, as maneiras como as organizações administram as questões ambientais foram classificadas em:

- Baseada em artifícios: a empresa muda de localização, cidade, estado ou país, que não haja controle, ou que esse controle seja menos rigoroso quanto à problemática ambiental;
- Baseada em respostas: a empresa responde aos incidentes e regulamentações ambientais, conforme tem informações a respeito (ações reguladoras) para cada ocasião; não possui nenhum programa pronto que identifique ou administre as questões ambientais, pagar as multas e espera pelo melhor.
- Baseada na conformidade: a organização tem um programa pronto para identificar os requisitos reguladores; adota medidas que os satisfaçam, controla o risco e a responsabilidade de acordo com a lei.
- Gestão Ambiental: a empresa gerencia sistematicamente suas questões ambientais, integrando-as freqüentemente à adminis-

tração global. Identificam os aspectos ambientais e os impactos de suas atividades, produtos e serviços; desenvolve políticas, objetivos e metas para administrá-los; aloca os recursos necessários para uma implementação eficaz; mede, avalia o desempenho, revê e examina suas atividades com vista no aperfeiçoamento.

- Prevenção de Poluição: tudo que a empresa realiza denota preocupação com o ambiente.
- Desenvolvimento sustentável: a empresa considera o impacto social, ambiental e econômico de suas atividades; é vista com responsabilidade social, moral e ética (HARRINGTON; KNIGHT, 2001, p. 29).

Dias (2006), enfatiza que o desenvolvimento sustentável é capaz de prover as necessidades da geração atual, não comprometendo a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações; desta forma pode-se concluir que esse tipo de desenvolvimento que não esgotaria os recursos para o futuro.

De acordo com Dias (2006), a penetração do conceito de desenvolvimento sustentável no meio empresarial definiu a forma das empresas assumirem gestões eficientes, como práticas identificadas com a eficiência e produção mais limpa. Deste modo, predominaram nos últimos anos, os métodos corretivos para a solução de problemas ambientais causados pelas atividades das empresas, buscando-se eliminar ou reduzir os impactos gerados.

2.2 Normas Regulamentadoras

De acordo com Castro et. al. (2004), todas as empresas, independente do setor que atuam, estão cada dia mais empenhadas em atingir e demonstrar um desempenho ambiental através do controle dos impactos de suas atividades, dos produtos ou serviços no meio ambiente; tudo isso tendo em consideração suas políticas e seus obje-

tivos ambientais. É neste contexto que as empresas se deparam com uma legislação cada vez mais exigente, seja do desenvolvimento de políticas econômicas, como de outras medidas destinadas a fim de estimular a proteção ao meio ambiente, bem como ao desenvolvimento sustentável. Desta forma as Normas Internacionais de Gestão Ambiental possuem por objetivo fornecer às organizações os elementos de um sistema de gestão ambiental eficaz, de forma a auxiliar no alcance seus objetivos ambientais, promovendo melhoria contínua dos processos, produtos e serviços, além de melhorar seu desempenho econômico, possibilitando a empresa ter um novo posicionamento à frente do mercado competitivo que exige das empresas a responsabilidade ambiental.

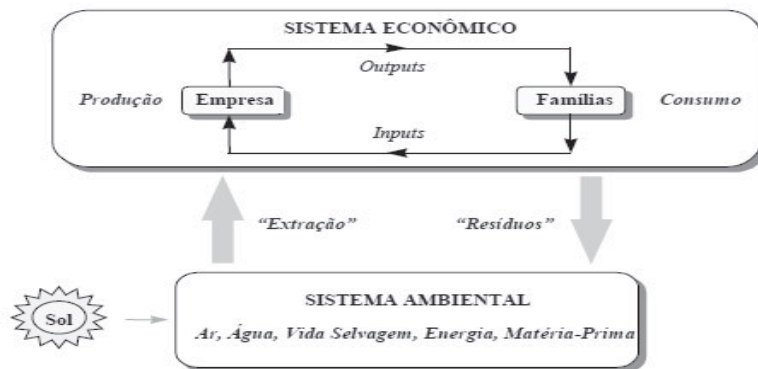


Figura 2 - Sistema econômico e o meio ambiente.
 Fonte: Kraemer (2004, p. 5).

Para a empresa, a inclusão da proteção do ambiente entre os objetivos, afeta todo o conceito de administração, fazendo com que administradores, executivos e empresários introduzam em suas empresas programas de reciclagem, medidas para poupar energia e outras inovações ecológicas. Além disso, essas empresas buscam implementar a ISO 14000 (KRAEMER, 2004).

A ISO 14000 possui algumas vantagens significativas para as empresas, como:

- Reduzir os conflitos entre agências reguladoras e indústrias;
- As naturezas voluntárias, debatedoras e empreendedoras é, geralmente, um fator

significativo ao se iniciar o processo de mudança;

- Tende a encorajar as organizações a se envolver mais com os programas de desenvolvimento ambiental (HARRINGTON: KNIGHT, 2001).

Para o sucesso de um sistema de gestão ambiental é necessário que todos os níveis e função de uma empresa estejam comprometidos, possibilitando que ela possa através de seu sistema de gestão ambiental, equilibrar a proteção ambiental e a prevenção de poluição com as necessidades socioeconômicas, como demonstra a figura a seguir:

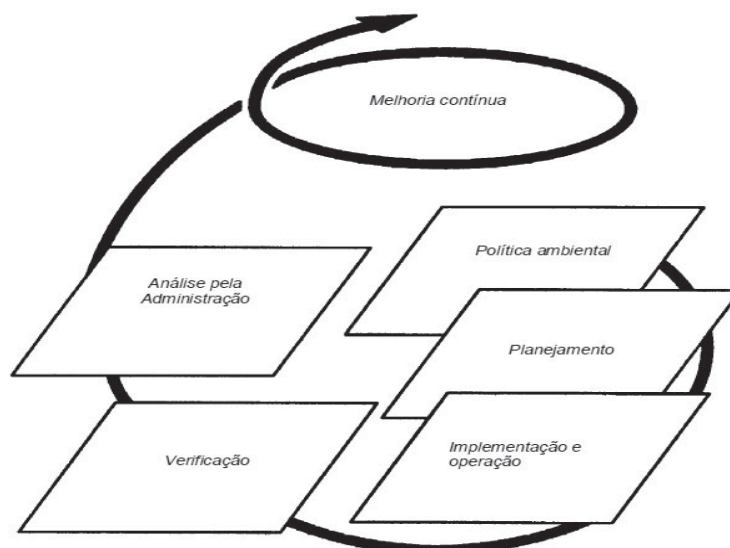


Figura 3 - Modelo do Sistema de Gestão Ambiental
Fonte: ABNT (2004 p.vi).

Kraemer (2004) afirma que a empresa que decide realmente trabalhar com gestão ambiental deve, inicialmente, passar por uma mudança em sua cultura empresarial, revisando seus paradigmas. Desta forma, a gestão ambiental configura-se uma das mais importantes atividades relacionadas com qualquer empreendimento.

Tabela 4 - Visão geral da gestão ambiental

Gestão de Processos	Gestão de Resultados	Gestão de Sustentabilidade	Gestão do Plano Ambiental
Exploração de recursos	Emissões gasosas	Qualidade do ar	Princípios e compromissos
Transformação de recursos	Efluentes de líquidos	Qualidade da água	Política ambiental
Acondicionamento de recursos	Resíduos sólidos	Qualidade do solo	Conformidade legal
Transporte de recursos	Particulados	Abundância e diversidade da flora	Objetivos e metas
Aplicação e uso de recursos	Odores	Abundância e diversidade da fauna	Programa ambiental
Quadro de riscos ambientais	Ruídos e vibrações	Qualidade de vida do ser humano	Projetos ambientais
Situações de emergência	Iluminação	Imagem Institucional	Ações corretivas e preventivas

Fonte: Kraemer (2004, p. 9).

De acordo com Kraemer (2004), a empresa que, ao ser planejada, busca atender os tópicos apresentados no quadro acima, utilizando-se dos procedimentos corretos, certamente atenderá as requisições existentes relativas à qualidade ambiental.

Para tanto, Harrington e Knight (2001) afirmam que a administração deve definir a política ambiental da empresa adequada a seu setor e o impacto ambiental de suas atividades, produtos e serviços, determinando quais são seus aspectos ambientais significativos e comprometendo-se a gerenciá-los.

Essa empresa deverá se comprometer com quatro aspectos:

- Melhoria contínua;
- Prevenção de poluição;
- Conformidade à regulamentação ambiental relevante e
- Conformidade a outros requisitos a que a organização se submete.

De acordo com ABNT NBR ISO 14001 (2004, p. 4), a administração da empresa deve definir a política ambiental assegurando e definindo o seu sistema da gestão ambiental, à política que:

- Seja apropriada à natureza, escala e impactos ambientais de suas atividades, produtos e serviços,
- Inclua um comprometimento com a melhoria contínua e com a prevenção de poluição,
- Inclua um comprometimento em atender aos requisitos legais aplicáveis e outros requisitos subscritos,
- Pela organização que se relacionem a seus aspectos ambientais,
- Forneça uma estrutura para o estabelecimento e análise dos objetivos e metas ambientais,
- Seja documentada, implementada e mantida,
- Seja comunicada a todos que trabalhem na organização ou que atuem em seu nome,
- Esteja disponível para o público.

Conforme Harrington e Knight (2001), as empresas precisam estar atentas quanto à possibilidade de comprometimento voluntário adicional a programas, políticas ou princípios – como incorporado na Carta Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável da Câmara Internacional do Comércio – ao serem incluídos na política ambiental, eles também são transformados em requisitos e se tornam parte dos critérios de auditoria de certificação.

Esse comprometimento requer que a política esteja adequadamente documentada e seja comunicada a todo corpo funcional, pois todos os funcionários devem conhecer a política ambiental da empresa e como ela afeta suas atividades diárias.

A ISO 14001 exige que a política seja disponível ao público, sendo que se alguém solicitá-la deve recebê-la, ficando a cargo de cada empresa determinar seu próprio grau de proatividade na comu-

nicação voluntária com partes externas.

De acordo com Castro et. al. (2004), o planejamento da gestão ambiental é onde ocorre à identificação bem como a classificação dos aspectos ambientais, o levantamento dos requisitos legais aplicáveis e a definição de objetivos e metas ambientais.

A empresa deve estabelecer, implementar e manter procedimento a fim de:

- Identificar os aspectos ambientais de suas atividades, produtos e serviços, dentro do escopo definido de seu sistema da gestão ambiental, que a organização possa controlar e aqueles que ela possa influenciar, levando em consideração os desenvolvimentos novos ou planejados, as atividades, produtos e serviços novos ou modificados, e
- Determinar os aspectos que tenham ou possam ter impactos significativos sobre o meio ambiente (isto é, aspectos ambientais significativos).
- A organização deve documentar essas informações e mantê-las atualizadas.
- A organização deve assegurar que os aspectos ambientais significativos sejam levados em consideração no estabelecimento, implementação e manutenção de seu sistema da gestão ambiental (ABNT NBR ISO 14001, 2004, p. 13).

Kraemer (2004), afirma que para o sucesso do sistema de gestão ambiental, esse necessita de um bom planejamento, começando por identificar aspectos ambientais e avaliar o impacto de cada um no meio ambiente que está inserido. Os aspectos ambientais são, por exemplo, o ruído, os resíduos industriais e as águas residuais. Sendo assim, as empresas devem estabelecer e manter procedimentos que identifiquem os aspectos ambientais para que haja um controle sobre os que exercem alguma influência, a fim de garantir que os impactos

por esses aspectos sejam considerados no estabelecimento da sua política ambiental.

Determinar o que é e o que não é um aspecto ambiental ou um aspecto significativo pode ser algo problemático para a empresa, no entanto não se pode esperar que uma organização possa administrar questões fora de sua esfera de influência.

De acordo com ABNT NBR ISO 14001 (2004, p.13), está recomendado que sejam considerados aspectos associados às atividades, produtos e serviços da empresa, como:

- Projeto e desenvolvimento,
- Processos de fabricação,
- Embalagem e transporte,
- Desempenho ambiental e práticas de prestadores de serviços e fornecedores,
- Gerenciamento de resíduo,
- Extração e distribuição de matérias-primas e recursos naturais,
- Distribuição, uso e fim de vida de produtos, e
- Vida selvagem e biodiversidade.

Harrington e Knight (2001) definem os aspectos sobre controle sendo qualquer coisa pela qual a empresa seja a única responsável; geralmente sua identificação é fácil, e aspectos sobre influência que são relativos a itens fornecidos por um fornecedor ou prestador de serviços. As empresas exercem uma influência sobre as entidades das quais compram e as quais contratam para trabalhar para elas. Assim as seguintes atividades devem ser completadas para determinar quais dos aspectos ambientais estão sob controle da organização:

- Finalizar a lista de aspectos ambientais;
- Classificar cada aspecto ambiental na matriz de controle/ influência;
- Para os aspectos sem classificação, designar um membro da equipe para investigar;
- Investigar os aspectos sem classificação e atualizar a matriz;

- Nenhuma ação é necessária no que se refere aos aspectos que a organização não pode nem controlar nem identificar (HARRINGTON: KNIGHT, 2001, p. 215).

A ABNT NBR ISO 14001 (2004) define os impactos ambientais como sendo as mudanças no meio ambiente, sejam essas prejudiciais ou benéficas, e que resultem total ou parcialmente dos aspectos ambientais.

De acordo com Harrington e Knight (2001, p. 216-217), existem oito técnicas utilizadas para identificar os aspectos ambientais:

- Análise de perigo do processo: utilizada para identificar e avaliar aspectos em potencial, associados a descargas não planejadas de materiais perigosos;
- Inventário de emissões: lista de poluentes atmosféricos gerados e suas respectivas quantidades;
- Avaliação do impacto ambiental: utilizada para satisfazer às exigências do Ato sobre Política Ambiental Nacional (NEPA), relativa aos impactos ambientais associados com projetos propostos;
- Avaliação do ciclo de vida: utilizada para avaliar a série completa de impactos dos produtos, da aquisição de matérias-primas até o descarte de produtos;
- Desenho para o meio ambiente: incorpora considerações ambientais no desenho do produto;
- Auditorias de prevenção da poluição ou auditorias de minimização de resíduos: utilizada para identificar as oportunidades para reduzir ou eliminar a fonte de poluição e para identificar as opções de reciclagem;
- Avaliação da propriedade ambiental: utili-

- Avaliação de risco: utilizada para avaliar os riscos potenciais ambientais e / ou com a saúde tipicamente associados com a exposição química.

Assim as empresas devem ser encorajadas a utilizarem as técnicas de avaliação dos aspectos ambientais, a fim de desenvolver os procedimentos específicos a serem utilizados para determinar os impactos ambientais significativos.

Castro et. al. (2004) afirma que a fase de implantação e operação do sistema de gestão ambiental está relacionada com a definição de estrutura e responsabilidades, treinamentos, comunicação, elaboração da documentação do sistema, incluindo a criação de procedimentos de controle operacional e atendimento das situações de emergência. Desta forma, as pessoas responsáveis pela implementação das ações necessitam definir as responsabilidades e os procedimentos, os quais devem ser aprovados pela alta direção.

Conforme Kraemer (2004), desde as regras, como as responsabilidades e autoridades, necessitam serem definidas, documentadas e comunicadas a todos, buscando assegurar que sejam aplicadas.

A ABNT NBR ISO 14001 (2004) recomenda que a administração da empresa verifique o nível de experiência, competência e treinamento necessários, a fim de assegurar a capacitação do pessoal, especialmente daqueles que desempenham funções especializadas da gestão ambiental.

A empresa precisa avaliar quais de suas operações estão associadas com seus aspectos ambientais significativos identificados e assegurar que elas sejam conduzidas de modo a controlar ou reduzir os impactos ambientais, para atender aos requisitos de sua política ambiental e atingir seus objetivos e metas. Para isso é necessário que todas as partes de suas operações sejam consideradas, incluindo as atividades de manutenção. Para tanto a empresa precisa documentar o uso de procedimentos, para que possa haver um controle em situações, onde sua ausência possa levar a desvios em relação à política ambiental, aos objetivos e às metas.

3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL COMO ESTRATÉGIA CORPORATIVA

3.1 A importância da Responsabilidade Social e do Desenvolvimento Sustentável como diferencial competitivo para as empresas

De acordo com Dal Piva et al. (2006), nas décadas de 60 e 70, as empresas estavam apenas preocupadas com a eficácia de seus sistemas produtivos, visto o mercado em que atuavam e a limitação de recursos. No entanto, estas empresas perceberam que estavam equivocadas, e passaram a se preocuparem com a gestão ambiental, buscando desenvolver uma consciência ecológica que fosse capaz de envolver todos os funcionários, interligando os setores e, especialmente, difundindo esta nova forma de produzir junto à sociedade em que está inserida.

Outro fator que levou as empresas a mudarem seu modo de produção, está relacionado ao mercado cada vez mais competitivo; faz com que as empresas tendem a acompanhar as mudanças com uma maior rapidez, tendo cada vez mais contato com novas tecnologias. As ações e soluções com o intuito de se preservar o meio ambiente surgiram inicialmente como uma forma de diferenciação no mercado, e somente após um tempo é que a consciência ambiental passou a fazer parte das empresas, independente destas se sobressaírem no mercado por causa desta característica.

Segundo Guimarães e Leite Filho (2007), o intuito da Responsabilidade Social nas empresas está relacionado ao desenvolvimento da sociedade bem como a comunidade por meio de parcerias entre ONGs, entidades filantrópicas, associações comunitárias e o próprio Estado. O objetivo está na promoção da cidadania empresarial, tornando a empresa uma empresa-cidadã socialmente responsável, envolvendo todos os funcionários e familiares, bem como fornecedores, acionistas, clientes, membros da sociedade, focando os direitos humanos, sociais, políticos, culturais e econômicos. Estudos demonstram que no Brasil, de acordo com dados do IPEA Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, aponta que em 2004, cerca de 600 mil empresas atuavam socialmente de forma voluntária no país.

Conforme Orenge e Abreu (2009), a Responsabilidade Social,

atualmente passou a ter um significado mais expressivo nas empresas, visto que desempenha impactos nos objetivos, nas estratégias e no propósito de existir da empresa, não importando apenas obter lucro. As empresas devem estabelecer relações éticas e transparentes na sociedade em que está inserida, buscando manter sua imagem e credibilidade. Quando uma empresa investe em Responsabilidade Social, esta conquista uma posição estratégica no mercado e aumenta a sua competitividade em relação aos seus concorrentes.

Os principais benefícios que as empresas obtêm com ações sociais são classificados da seguinte maneira:

- Ganhos na imagem corporativa;
- Popularidade de seus dirigentes, que aparecem como verdadeiros líderes empresariais com destacado senso de cidadania corporativa;
- Mais apoio, motivação, lealdade, confiança, e desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- Melhor relacionamento com o governo;
- Maior disposição dos fornecedores, distribuidores e representantes na realização de parcerias com a organização;
- Maiores vantagens competitivas (marca conhecida e mais forte);
- Mais fidelidade dos clientes atuais e melhores chances de conquistar novos clientes (ORENGO; ABREU, 2009).

Tal circunstância comprova que as empresas que exercem a Responsabilidade Social aperfeiçoam sua estratégia na gestão empresarial visto o envolvimento que conseguem de todos seus colaboradores em volta de um objetivo comum. Além disso, as empresas conseguem atender as imposições globais de mudanças, as quais estabelecem novos temas emergentes de gestão empresarial, divididos em: ecologia e meio ambiente, saúde e bem-estar, diversidade e direitos humanos, e comunidades, tornando a imagem das marcas da empresa um dos elementos imprescindíveis para capitalização de novos mercados.

Sendo assim, através da Responsabilidade Social a empresa consegue preservar os recursos da natureza, proporcionando qualidade de vida dos seus colaboradores através de planos de benefícios, respeitando a diferença e as condições de trabalho em economias emergentes, além de investir em programas sociais nas comunidades onde atuam (ORENGO; ABREU, 2009).

Os autores ainda enfatizam a importância da relação das empresas com o meio ambiente, visto as responsabilidades que elas possuem vir a responder pelo impacto ambiental causado por elas.

CONCLUSÃO

A Responsabilidade Social Empresarial está associada à forma como que as empresas efetuam seus negócios: os critérios que utilizam para a tomada de decisões, os valores que definem suas prioridades e os relacionamentos com todos os públicos com os quais interagem.

O cuidado com o meio ambiente atualmente é considerado uma das prioridades de qualquer empresa para o desenvolvimento sustentável. A saída para uma solução dos problemas ambientais, ou sua minimização, depende das atitudes dos empresários e administradores; esses precisam considerar o meio ambiente, adotando concepções administrativas e tecnológicas e buscando contribuir para ampliar a capacidade de suporte do planeta.

Desta forma, pode-se dizer que a gestão ambiental é a revisão das operações de uma empresa para a perspectiva ecológica, sendo motivada por mudanças nos valores da cultura organizacional, da dominação para a parceria, da ideologia do crescimento econômico para a ideologia da sustentabilidade ecológica.

O desenvolvimento sustentável bem como a Responsabilidade Social, atualmente passaram a ter um significado mais expressivo nas empresas, visto que desempenha impactos nos objetivos, nas estratégias e no propósito de existir da empresa, não importando apenas obter lucro. As empresas devem estabelecer relações éticas e transparentes na sociedade em que está inserida, buscando manter sua imagem e credibilidade. Quando uma empresa investe em Responsabilidade Social, esta conquista uma posição estratégica no mercado e aumenta sua competitividade em relação aos seus concorrentes.

Através da Responsabilidade Social e o Desenvolvimento sustentável, a empresa consegue preservar os recursos da natureza, proporcionando qualidade de vida dos seus colaboradores através de planos de benefícios, respeitando a diferença e as condições de trabalho em economias emergentes, além de investir em programas sociais nas comunidades onde atuam.

REFERÊNCIAS

ABNT. NBR ISO 14001: Sistemas de Gestão Ambiental – Especificações ABNT: 2004.

ALMEIDA, M. F. L.; SÃO THIAGO, E. C. Responsabilidade Social, Normalização Internacional e Inovação Tecnológica: Impactos Potenciais da Norma ISO 26000. ALTEC, 2009. Disponível em: http://64.65.44.107/index.html?modulo=15&documento_id=357. Acesso em: 02 dez.2010.

ANDRADE, R.O.B.; TACHIZAWA, T. CARVALHO, A.B. Gestão Ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. 2 ed. São Paulo: Perarson Makaron Books, 2002.

BARBIERI, J.C. Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BRITO, B. N. Ética e Responsabilidade Social Empresarial na utilização da Tecnologia da Informação. In: SEGET, Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2007.

CASTRO, N. et al. Curso Básico de Gestão Ambiental. Brasília: Sebrae, 2004

DAL PIVA, A.R. et al. A Gestão Ambiental: melhoria na qualidade de vida nas organizações In: XXVI ENEGEP - Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 de Outubro de 2006.

DIAS, R. Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, A.C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES, T. N LEITE FILHO, G A. Empresas modelo *versus* empresas não modelo de responsabilidade social: um estudo comparativo de indicadores econômico-financeiros no período de 2001 a 2004. In: 4º. Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade. São Paulo, julho/2007

HARRINGTON, H. J.; KNIGHT, A. A Implementação da ISO 14000: como atualizar o SGA com eficácia. São Paulo: Atlas, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS. Pesquisa Código de Ética Corporativo no Brasil 2008. Rio de Janeiro, 2008.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL. Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial. São Paulo, 2003.

KRAEMER, MARIA E. P. Gestão Ambiental: Um Enfoque no Desenvolvimento Sustentável. 2004. Disponível em: <<http://www.gestaoambiental.com.br/kraemer.php>>. Acesso em: 20 fev 2012

LEVEK, A. R. H. C. et al. A responsabilidade social e sua interface com o marketing social Revista da FAE, Curitiba, v.5, n.2, p.15-25, maio/ago. 2002.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas; amostragens e técnicas de pesquisa; elaboração, análise e interpretação de dados. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002

MELO NETO, F. P; FROES C. Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NORILER, I. L. M.; MACHADO, D. D. N. Análise dos indicadores de responsabilidade social corporativa: um estudo de caso em uma coo-

perativa de crédito. In: V CONVIBRA – Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 05 a 07 de dezembro 2008.

PETRAGLIA, E.B. Responsabilidade Social. Revista Inovação e Empreendedorismo, vol. I, n. I, ago/ set/ out, 2008.

PIMENTEL, R. C., MARASEA, D.C.C. Gestão Empreendedora com Responsabilidade Social, Ribeirão Preto: Ed. Legis Summa, 2004.

RODRIGUES, A.M.; SOUZA, L.R.H. Desenvolvimento sustentável: a integração entre responsabilidade social de empresas de grande porte e o desenvolvimento econômico de seus pequenos fornecedores. In: XXIV Encontro Nacional de Engenharia. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004

SOUZA, S.S et al. Incentivando o lado social corporativo: uma discussão acerca das práticas de responsabilidade social. In II Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Educação Tecnológica João Pessoa – PB, 2007.

SANTOS, J.E. Responsabilidade social empresarial: compromisso com a mudança social ou filantropia? Artigo. Faculdades Integradas Vianna Junior Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental, 2008.