

A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GESTÃO EMPRESARIAL : UM ENFOQUE SUSTENTÁVEL

Alissandra Nazareth de Carvalho¹
Rafael Fachini Moratelli²

RESUMO: O tema responsabilidade social nos negócios está emergindo em discussões tanto no setor empresarial como na academia. Dentre vários assuntos relativos a esse tema encontra-se a questão do desenvolvimento sustentável e da sustentabilidade. Partindo-se do princípio que mudanças profundas vem ocorrendo nas empresas em virtude da globalização e da velocidade de desenvolvimento das inovações tecnológicas e da informação, o empresariado vem buscando novas formas de fazer negócios. Neste contexto, o presente trabalho tem o objetivo de fazer uma análise da relação entre os conceitos de responsabilidade social, desenvolvimento sustentável e sustentabilidade, assim como destacar a importância de uma mudança de mentalidade na gestão empresarial calcada nesses princípios. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliográfica a partir do levantamento de dados secundários, de onde foi possível identificar a estreita relação entre as terminologias e a importância de cada agente social para o desenvolvimento sustentável global.

PALAVRAS-CHAVE: responsabilidade social; desenvolvimento sustentável; sustentabilidade; gestão empresarial.

Introdução

A partir do fato que mudanças profundas vem ocorrendo na sociedade, devido principalmente ao processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, o *trade* turístico vem buscando novas formas de fazer negócios e se antecipar aos desafios com que se deparam. Neste contexto, Beni (2003, p.14) define a globalização como:

(...) um processo irreversível e, como toda criação humana feita por grupos de poder, apresenta regras – tanto as que impelem ao processo de todos, repartindo benefícios e assegurando perspectivas de médio e longo prazo, como as limitadoras e forçosamente injustas quando cerceiam a livre concorrência do mercado.

Partilhando de uma mesma idéia, Robbins (2000) afirma que as fronteiras nacionais estão se tornando cada vez mais insignificantes na definição das fronteiras dos negócios. Os avanços na tecnologia da comunicação e as reduções às barreiras comerciais entre as nações contribuíram para a criação de uma “aldeia” verdadeiramente global. Segundo Sachs (1993), a globalização é o livre movimento de capitais e domínio crescente das economias nacionais pelos mercados financeiros globais e corporações multinacionais.

O que é mais dramático neste novo panorama é uma aparente mudança contraditória inserindo-se no ambiente das organizações. De um lado o desenvolvimento econômico e tecnológico da sociedade moderna buscando sua expansão contínua e acelerada. De outro, a população buscando bem estar e qualidade de vida. E inseridas neste contexto estão as empresas em um mercado cada vez mais competitivo, buscando conquistar novos negócios ou simplesmente garantir a sua sobrevivência.

1Mestranda em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí/SC. Contato: alissandra@univali.br

2Mestrando em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí/SC. Contato: r_mora@ibest.com.br

Há, portanto, um paradoxo a ser considerado e um conflito a ser administrado, que é a questão do ganho, do lucro e da conquista de negócios e territórios por parte das empresas, assim como a preocupação com o bem estar ambiental, social, cultural, político e econômico, aspectos que permeiam o conceito e as bases da responsabilidade social e da própria sustentabilidade.

Discutindo essa problemática, o artigo buscou fazer uma revisão teórica sobre os conceitos e teorias ligadas a responsabilidade social, seguido pelas definições de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade. O texto está organizado de uma forma que vise uma melhor compreensão do tema, cujo objetivo é destacar a importância de uma mudança na mentalidade empresarial baseada no conceito da sustentabilidade, visto que esse conceito está intimamente ligado ao conceito de responsabilidade social. Utilizou-se como metodologia uma pesquisa bibliográfica de dados secundários que foram confrontados na análise. Como considerações finais, concluiu-se que a sustentabilidade poderia ser considerada a responsabilidade social da sociedade perante o planeta e que, sem a participação socialmente responsável de todos os agentes sociais, entre eles as empresas, sociedade e principalmente o setor público não há como se ter uma correta aplicação deste conceito.

Revisão conceitual da Responsabilidade social

Apesar da existência de uma vasta bibliografia referente à responsabilidade social, esta expressão ainda suscita uma série de interpretações. Não existe um consenso a respeito da responsabilidade social das empresas. Para alguns, representa apenas filantropia, para outros a responsabilidade ética ou obrigações legais e há os que a traduzem como prática social ou função social. Conforme Ashley (2003) há os que acham que o significado de responsabilidade social seja “*responsável por* ou *socialmente consciente*” e os que a associam a um simples sinônimo de legitimidade ou a um antônimo de “*socialmente irresponsável*” ou “*não responsável*”.

Até o século XIX, a responsabilidade social era concebida como uma doutrina nos Estados Unidos e Europa, quando cabia ao Estado ou Monarquia conduzir os negócios de forma corporativa e não como um interesse econômico privado (HOOD, 1998). A partir do século XX, começa a ser criada na América do Norte a legislação de incorporação das empresas, quando neste período o único objetivo era a realização de lucros para acionistas.

Após a Segunda Guerra Mundial, a noção de que a empresa deve auferir somente o lucro para seus acionistas é criticada pela academia, principalmente pelo trabalho de Berle e Means, intitulado *The Modern Corporation and Private Property* (BERLE E MEANS *apud* FREEMAN, 1984), questionando que os acionistas eram passíveis proprietários que tinham controle e responsabilidade sobre a direção da empresa. A partir do momento em que as empresas estavam em constante crescimento e aumentando o poder sobre a sociedade, a legitimidade de ações filantrópicas exercidas por elas foi sendo reconhecida pelo Direito Americano.

Partindo deste momento histórico, autores nos Estados Unidos e Europa, no final da década

de 60, começam a debater com maior intensidade no meio empresarial e na academia questões relacionadas à responsabilidade social empresarial, não somente ligadas à filantropia, mas às questões ambientais. Entre estes autores configuram Bowen, Manson, Chamberlin, Andrews e Galbraith.

No entanto, nas últimas três décadas se observa no estudo da responsabilidade social (ASHLEY, 2003), que a visão econômica clássica, articulada por Milton Friedman – de que a única responsabilidade social da empresa é aquela que utiliza seus recursos para maximizar o lucro às expectativas dos seus acionistas, está se alterando para uma perspectiva mais atual de que a empresa socialmente responsável é aquela que atende as necessidades de todos os seus *stakeholders* (clientes, proprietários, empregados, comunidade, fornecedores e governo), definidas por Ashley (2003) conforme o exposto no quadro 1, visando garantir sua sustentabilidade em longo prazo.

Quadro 1 – Necessidades dos *stakeholders* de uma empresa

Orientação	Objetivo	Visão
Acionistas	Maximização do lucro	Econômica
Estado/Governo	Cumprimento das obrigações legais	Jurídica
Empregados	Reter e atrair funcionários qualificados	Da área de Recursos Humanos
Comunidade	Relacionamento socialmente responsável com a comunidade na qual se insere	Assistencialista
Fornecedores e compradores	Relações comerciais éticas	Cadeia de produção e consumo
Publicações de relatórios e promoção da marca	Balanco Social	<i>Marketing</i> social
Ambiente natural	Desenvolvimento sustentável	Ambiental

Fonte: ASHLEY (2003).

Corroborando com a autora, Ferrel *et al.* (2001) afirma que a responsabilidade social nos negócios consiste na obrigação da empresa de maximizar seu impacto positivo sobre os *stakeholders* e em minimizar o negativo e Daft (1999) acrescenta, que para responsabilidade social da empresa, os gestores têm obrigação de tomarem decisões e implementarem ações que venham a contribuir para o bem estar da população e da própria organização, ou seja, o foco não está mais exclusivamente no lucro, mais na satisfação de todos os envolvidos na operação. Satisfazer seus *stakeholders* por meio de ações socialmente responsáveis se tornou uma necessidade para a sobrevivência da empresa no mercado.

No Brasil, a propagação da idéia de responsabilidade social é recente. A origem do debate sobre responsabilidade social das empresas brasileiras ocorreu em meados da década de 70, quando foi publicada a Carta da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ACDE), cujo objetivo, a priori, era discutir o balanço social das empresas. Danziger (*apud* Tinoco, 2001) define balanço social como um importante documento que retrata a situação da relação entre a direção da empresa e seus empregados e consequentemente o clima que a rege.

É principalmente por meio de ações como a da ACDE que inicia no Brasil a discussão sobre

a relação da empresa com a sociedade, onde esta questão deve ser planejada com muito cuidado, pois trabalhar com o social não pode ser comparado a uma simples tarefa de definir estratégias para aumentar os lucros em um determinado período de tempo. O caráter da responsabilidade social deve ser aquele de comprometimento das empresas com o seu público e com a sociedade, ultrapassando a idéia de existir somente em função de seu caráter econômico, como defendido por Milton Friedman (ASHLEY, 2003).

A crise do modelo de desenvolvimento baseada nas ações do Estado fez com que as empresas redefiniram e reestruturassem o seu papel frente o mercado e a sociedade. Os anos 80 foram marcados pela falência do modelo intervencionista estatal. Nesse período, os sindicatos e as organizações não governamentais passam a ter uma ação mais efetiva no processo de construção da responsabilidade social.

Em 1998, na Holanda, representantes de diversos países reuniram-se, sob a chancela do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD) com intuito de analisar a atuação das empresas no campo social. De acordo com Melo Neto *et al.* (2001, p.91), durante esse debate surgiu um novo conceito de responsabilidade social das empresas:

Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Neste contexto Carrol (1991) propõe um modelo para a organização avaliar o seu desempenho social e sugere que há quatro tipos de responsabilidade social: econômica, ética, legal e filantrópica.

Inicia-se o exame dos quatro componentes da responsabilidade social por aquela que é o principal objetivo da empresa – ser lucrativa. Por meio da responsabilidade econômica a empresa deve maximizar a riqueza para o *stakeholder*, idéia também defendida por Ashley (2003), Ferrel *et al.* (2001) e Daft (1999), considerando os impactos produzidos pela economia e a concorrência.

O próximo item a ser avaliado é a responsabilidade legal na qual implica o cumprimento das leis regulamentadas pelo governo, visando estabelecer padrões mínimos de comportamento responsável. Segundo Ferrel *et al.* (2001) acredita-se que as leis regulamentadoras existam pelo fato das pessoas envolvidas na operação não confiarem que empresas façam o que deve ser feito em determinadas áreas, como o cuidado com a segurança do consumidor ou a proteção do meio ambiente.

Com relação à responsabilidade ética, tem-se como objetivo fazer o que é certo, observando os padrões éticos que vão além do cumprimento de leis e regulamentos. A prática de iniciativas éticas e legais, ajuda a melhorar em longo prazo a rentabilidade da empresa.

E por último, a responsabilidade discricionária, a qual refere-se à empresa que contribui de

maneira voluntária para a melhoria da qualidade de vida da comunidade, tornando-a um lugar melhor para se viver e trabalhar. Geralmente o trabalho filantrópico está inserido na filosofia da empresa.

Portanto para ser socialmente responsável a empresa deve avaliar e atender estes quatro fatores, verificando constantemente em que grau se apresenta cada um. Tal definição esclarece a amplitude e abrangência da responsabilidade social, muitas vezes restrita apenas a filantropia ou a ações isoladas e não sistematizadas.

Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, em pesquisa realizada entre os anos de 2000-2002 a um universo de 782 mil empresas brasileiras sobre as suas ações sociais, verificou-se que 61% acreditam que investir em ações de combate a pobreza traz gratificação pessoal aos promotores e, para 55%, as comunidades é que ganham, pois melhoram sua qualidade de vida. Para 40% dos empresários há também um entendimento de que em decorrência de sua atuação, se estreitam os laços com a comunidade. De um ponto de vista mais interno à empresa, cerca de um quarto dos dirigentes empresariais avalia que em consequência de sua ação social, a imagem do negócio melhorou em 26%, assim como o envolvimento do empregado com a empresa, subindo para 24%.

Os resultados da pesquisa obtida junto ao IPEA vem corroborar com o exposto por Ferrel *et al.* (2001) e Daft (1999), onde o objetivo não é somente o lucro, mais a satisfação de todos os *stakeholders*, por meio de ações socialmente responsáveis, o que no caso da pesquisa pode ser observado pelo envolvimento da comunidade e pelo aumento do comprometimento do funcionário para com a empresa.

O desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade

O termo sustentabilidade, quando relacionado à questão do desenvolvimento, significa a racionalização do uso, a conservação e a proteção adequada dos recursos do patrimônio natural, ambiental e cultural, em harmonia com a sobrevivência humana e o bem estar social, não apenas na atualidade, mas principalmente visando às gerações futuras (CMMAD, 1988).

A sustentabilidade pode ser definida como a relação entre os sistemas econômicos dinâmicos e os sistemas ecológicos mais abrangentes, também dinâmicos, mas com mudanças mais vagarosas, na qual a vida humana possa continuar indefinidamente; as individualidades humanas possam florescer; a cultura humana possa desenvolver-se; os efeitos das atividades humanas permaneçam dentro dos limites a fim de que não destruam a diversidade, complexidade e funções do sistema ecológico de suporte à vida.

Embora em um primeiro momento a sustentabilidade tivesse seu foco nas questões ambientais, constatou-se que os problemas ambientais não estão dissociados daqueles da humanidade, ou seja, do social, do cultural, do político e do econômico, conforme discutido por

Carneiro e Faria (2001), que definem o conceito como interdisciplinar e sistêmico. As autoras chamam a atenção para o fato de que considerar a sustentabilidade somente de um ponto de vista, mais comumente o ecológico, é um erro grave, assim como restringi-la a algum outro aspecto, como o social, o cultural, o econômico ou o político, pois nada se sustenta por parte, mas no todo, a longo prazo, implicando no total conhecimento e integração das partes.

Em relação ao aspecto ambiental da sustentabilidade, conceitos fundamentais ligados ao pensamento ecológico, ético e ambientalista são abordados no Glossário da revista científica de Turismo – Visão e Ação (2000, p.60):

Com relação à questão da sustentabilidade ambiental é preciso que se encontre um ponto de equilíbrio, a fim de que os recursos naturais não sejam a causa da sua degradação. É essencial que a população local onde se encontram tais recursos, assim como agentes de seu desenvolvimento, contribuam igualmente para a proteção do meio ambiente. Portanto os recursos naturais devem ser utilizados dentro dos seus limites de regeneração natural.

Ao se explorar esse conceito, a problemática do crescimento há que ser levada em consideração, conforme exposto por Sachs (1993), que afirma que o crescimento tem demonstrado os seus custos sociais e ambientais ampliando as desigualdades entre países e classes sociais do mesmo país. Para este autor os problemas ambientais e a pobreza podem ser resolvidos, porém as barreiras são de ordem social e política.

Para que ocorra a sustentabilidade social, segundo a Comissão Brundtland (CMMAD, 1988) é preciso serem consideradas todas as necessidades humanas, além da econômica, como saúde e educação. O desenvolvimento sustentável exige que as sociedades atendam as necessidades básicas de todos, tanto aumentando o potencial da produção, quanto assegurando uma melhor qualidade de vida as pessoas. As políticas populacionais, para esta mesma comissão, devem integrar-se ao desenvolvimento econômico e social, visando suprir as necessidades, numa base sustentável.

Em relação ao aspecto econômico, a sustentabilidade evidencia esta problemática do desenvolvimento, onde as nações devem pensar em como vem o promovendo. Elas devem procurar desenvolver uma política que vise minimizar ao máximo os impactos negativos sobre o meio ambiente e o desenvolvimento de outros países. Os países que buscarem consumir o mínimo de matérias primas e energia e se preocuparem com uma distribuição de renda mais igualitária onde todos se beneficiam com o crescimento econômico, poderão ter um índice de crescimento sustentável.

Em relação ao aspecto cultural, Sachs (1993) afirma que para haver sustentabilidade, o desenvolvimento deve respeitar cada especificidade de cada ambiente natural, cultural e local. Outra dimensão da sustentabilidade abordada pelo autor é a espacial voltada para uma mais equilibrada distribuição territorial, urbana e rural, de agrupamentos humanos e atividades econômicas. Este desenvolvimento segundo o autor deve ser elaborado de maneira participativa, por meio do

desenvolvimento sustentável.

A expressão desenvolvimento sustentável na verdade representa uma versão atualizada, por pesquisadores anglo-saxões, da expressão ecodesenvolvimento (SACHS, 1994), que desde a fase inicial do ambientalismo, início dos anos 70, havia sido, até então, adotada basicamente com o mesmo sentido de sua sucessora, ou seja, como adjetivação de estilos alternativos de desenvolvimento que valorizam a conservação do meio ambiente em meio ao processo de desenvolvimento.

Retomando a discussão sobre sustentabilidade, Guimarães (1994) cita que suas dimensões serão possíveis somente por meio de regimes democráticos e do aperfeiçoamento das instituições, que garantem a aplicação dos espaços de cidadania. Cabe, portanto, discutir e propor formas concretas de promovê-la, tendo como suporte a dinâmica local e o planejamento participativo, onde as universidades possuem um importante papel. Neste contexto, atuam como fomentadoras e intermediadoras deste tipo de planejamento, como coloca o Prof. Dr. Miguel Bahl em palestra proferida no Congresso de Turismo com Base Local, realizado na Universidade Federal do Paraná em Curitiba, no dia 06/11/2004. Segundo o professor, há que se ter estratégias para o atingimento da sustentabilidade através do desenvolvimento sustentável do turismo. Dentre elas cita:

Conhecer o perfil da localidade;

Consultar a comunidade quanto ao desenvolvimento do turismo;

Promover a sensibilização e conscientização para o turismo;

Envolver a comunidade no processo de planejamento;

Desenvolver o planejamento integrado nas políticas sociais, econômicas, políticas, ambientais e de identidade local;

Correlacionar os planos de turismo locais no contexto dos planos estaduais; regionais ou nacionais;

Agregar os atores locais contemplando as suas necessidades, envolvimento e participação (atividades produtivas e de prestação de serviços);

Desenvolver programas e ações de capacitação e qualificação de recursos humanos;

Preservar a qualidade do atrativo turístico através da interação entre comunidade, empresariado, turistas e dirigentes;

Propiciar geração de oportunidades de trabalho;

Buscar a redução das desigualdades sociais e melhor distribuição de renda;

Lutar pela erradicação da pobreza;

Investir em saúde, educação, segurança, infra-estrutura e meio-ambiente.

Segundo Cooper *et al.* (2001), a questão central nesse caso é a mudança de mentalidade e

gerenciamento, de curto prazo para longo prazo. Essa mudança de perspectiva levou a um entendimento da importância de assumir uma abordagem estratégica dos mercados e do gerenciamento das localidades. É possível construir estratégias adequadas para as destinações levando-se em conta os seus devidos estágios, de forma que suas fórmulas sejam constantemente revisadas e ajustadas para melhor atender o turismo sustentável nessas destinações em cada um de seus estágios do ciclo de vida, conforme também é observado pelo WTOP (2001), que coloca que políticas de turismo precisam ser desenvolvidas e planos estratégicos precisam ser preparados por períodos de longo prazo, dependendo da região em estudo.

Metodologia

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho constituiu-se em uma pesquisa bibliográfica, com dados já elaborados e existentes, baseada em dados já presentes na situação em estudo. Foram levantados dados encontrados em artigos publicados em revistas científicas, anais de congressos, livros, bem como os extraídos de meio eletrônico em sites oficiais.

Discussão e Análise

Embora o conceito de responsabilidade social ainda seja um tema em desenvolvimento no Brasil, gerando uma série interpretações, é de conhecimento do empresariado a necessidade de revisão da sua postura administrativa visando a sustentabilidade.

A leitura economicista de Friedman (*apud* Ashley, 2003) a respeito da responsabilidade social dos negócios, ao afirmar que o único compromisso da empresa é auferir lucro a seus acionistas, não deixa de estar correto, porém frente aos estudos de Freeman (1984), a torna insuficiente para justificar todas as dimensões da responsabilidade social.

O conceito de responsabilidade social é muitas vezes limitado ao da filantropia e o conceito de sustentabilidade é reduzido apenas ao aspecto ambiental, porém como muito bem colocado pela CMMAD (1988) e por Carneiro e Faria (2001), os problemas ambientais não podem ser dissociados dos sociais, culturais, políticos e econômicos.

Segundo Melo Neto *et al.* (2001), os principais vetores da responsabilidade social de uma empresa que auxiliam a empresa a direcionar a sua gestão são:

- V1 – apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- V2 – preservação do meio ambiente;
- V3 – investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável;
- V4 – comunicação transparente;
- V5 – retorno aos acionistas;

V6 – sinergia com parceiros e;

V7 – satisfação dos clientes e/ou consumidores.

O último vetor identificador da responsabilidade social, colocado por Melo Neto *et al.* (2001), vem corroborar com o exposto por Ashley (2003), Ferrel *et al.* (2001) e Daft (1999), onde o objetivo não é somente o lucro, mais a satisfação de todos os *stakeholders*, por meio de ações socialmente responsáveis.

Assim sendo, a concorrência cada vez mais acirrada, agravada pelo inevitável processo de globalização, que, por sua vez, gera um grande fluxo de informações e um rápido desenvolvimento de processos e tecnologia está obrigando, tanto o poder privado, como o público, a repensar suas estratégias de crescimento e evolução.

As empresas em um mercado cada vez mais competitivo, que buscam conquistar novas oportunidades ou simplesmente garantir a sua sobrevivência, sofrem atualmente uma pressão ainda maior da comunidade sobre o seu papel na sociedade. Embora esta cobrança seja mais intensa no exterior, como nos Estados Unidos e Europa, no Brasil ela ainda não chama a atenção da massa populacional, devido à especificidade de sua cultura e também do baixo nível educacional, aliados ao próprio desconhecimento ou falta de interesse do que vem a ser responsabilidade social, desenvolvimento sustentável e sustentabilidade.

É importante enfatizar que a sustentabilidade deve garantir as necessidades básicas dos seres humanos, pois a produção só existe se houver pessoas saudáveis e bem nutridas. Cabe às organizações garantir além do lucro aos acionistas, o bem estar de todos, garantindo assim sua sobrevivência no mercado. A aplicação do conceito de desenvolvimento sustentável procura suprir todas as necessidades da sociedade garantindo a sua sustentabilidade, com responsabilidade social.

Para alcançar todas estas dimensões da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável, faz-se necessária uma mudança na forma de associações entre a sociedade civil, as empresas e as autoridades públicas. O *trade* turístico deve buscar práticas organizacionais sustentáveis, pois a sociedade cobra tal postura, sendo duas questões devendo ser observadas. A primeira se baseia nas “necessidades”, sobretudo as necessidades essenciais dos seres humanos, que devem receber a máxima prioridade, onde há que se trabalhar na redução das desigualdades, como lembra Marcelo Vargas, estudioso da Fundação Getúlio Vargas – FGV (*apud* Amaral, 2002, p.93): “Desarmar os mecanismos que concentram renda no Brasil é o único caminho para tirar as pessoas da linha de miséria e construir um modelo de sociedade mais justa”. A segunda é baseada nas limitações que a tecnologia e a organização social impõem ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades futuras.

Considerações Finais

Após análise das várias dimensões do desenvolvimento sustentável, trabalhados por Sachs (1993) e Guimarães (1994), observou-se que a sustentabilidade poderia ser considerada a responsabilidade social da sociedade perante o planeta, que sem a participação socialmente responsável de todos os agentes sociais, entre eles as empresas, sociedade e principalmente o setor público não haverá uma correta aplicação deste conceito.

A metodologia de pesquisa empregada supriu as necessidades estabelecidas pela definição do problema a ser investigado, fornecendo argumentos e fundamentação aos temas selecionados e correlacionados. A pesquisa bibliográfica enriquece o conhecimento e propicia o contato com os mais variados pensamentos sobre o mesmo tema.

Os resultados obtidos com este artigo alcançaram o objetivo pré-estabelecido, que era investigar a relação entre o conceito de responsabilidade social empresarial, desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade nos negócios. Evidenciou-se a necessidade de um estudo mais detalhado sobre a importância do envolvimento do agente social no desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social das empresas.

Não foram constatadas limitações relevantes durante a realização da pesquisa bibliográfica, no entanto o acesso às fontes primárias de referências em língua estrangeira ainda é uma dificuldade encontrada, relativamente amenizada pela internet e pelo sistema “COMUT” das bibliotecas universitárias.

Sugere-se para pesquisas posteriores um estudo mais aprofundado sobre temas correlatos a responsabilidade social, desenvolvimento sustentável e sustentabilidade como: *accountability*, governança empresarial, balanço social, responsabilidade social nas políticas públicas e marketing social.

Outra sugestão é focar a responsabilidade social na área de serviços turísticos hoteleiros, com o intuito de diagnosticar o comprometimento e entendimento que os gestores destes estabelecimentos possuem sobre o tema, assim como a responsabilidade social no setor público, que poderia ser outro foco de interesse. Como exemplo de uma atitude de atendimento a um dos aspectos legais da responsabilidade social, a Prefeitura de Joinville-SC, lançou recentemente o seu Balanço Social, considerado o primeiro caso no contexto brasileiro.

A sugestão prática para as organizações empresariais em geral é que procurem instituições como Instituto Ethos ou o Gife - Grupo de Instituições, Fundações e Empresas, que prestam gratuitamente consultoria sobre questões ligadas a responsabilidade social nos negócios. Acesso pela internet através dos sites <www.ethos.org.br> e <www.gife.org.br>.

Referências Bibliográficas

- ASHLEY, P. A. (coord.). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2003.
- AMARAL, Luiz Henrique. O paradoxo da Miséria. Edição Especial da Revista Veja, São Paulo, jan.2002.
- BENI, M. C. Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003.
- CARNEIRO, Kátia Saraiva; FARIA, Dóris Santos. Sustentabilidade Ecológica no Turismo. Brasília: Editora UNB, 2001.
- CARROL, Archie A. The pyramid of Corporate Social Responsibility: Tooward the Moral Management of Corporate Stakeholders. Business Horizons, 34, p.42, julho-agosto, 1991.
- CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nosso futuro em comum. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.
- COOPER et al. Turismo, Princípios e Práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- DAFT, Richard L. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- FERREL, O. C; FRAEDRICH, J.; FERREL, L. Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.
- FREEMAN, R. E. Strategic management: a stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984.
- GUIMARÃES, P. C. V. Comércio internacional e desenvolvimento sustentável: condicionantes para a ação empresarial. Revista de administração de empresas – RAE, São Paulo, 34 (5), 6-13 set/out. 1994.
- HOOD, John. The corporations have social responsibility. The Freeman. v. 8, n.11, p. 680-684, nov. 1998.
- MELO NETO, F. P. et al. Responsabilidade social & cidadania empresarial – a administração do terceiro setor. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- ROBBINS, S. Bem-vindo ao inconstante mundo do trabalho. In: Administração, mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, p.4-26, 2000.
- SACHS, Ignacy. Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Vértice, 1993.
- _____. Estratégias de transição para o século XXI. In: Para pensar o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Brasiliense, p.29-56,1994.
- Turismo – visão e ação (Glossário). Itajaí: Editora da UNIVALI, ano 2, n.4, fev, 2000.
- TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.
- WTOP – World Tourism Organization National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. London: Thompson Learning, 2001.

Bibliografia

- ASHLEY, Patrícia Almeida; COUTINHO, Renata B.G.; TOMEI, Patrícia Amélia. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. In: Anais...ENCONTRO DA

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. São Paulo: ENANPAD, 2000.

ASHLEY, Patrícia Almeida; SOARES, T.D. de Machado. Um modelo conceitual para a incorporação da responsabilidade social a governança das relações negócio-sociedade. In: Anais...ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. Salvador: ENANPAD, 2001.