



RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE LITERATURA¹

Adriana Leônidas de Oliveira²
 Bianca Marques Hilário Figueiredo³

Resumo

O grande desafio do século XXI é fazer com que empresas sejam éticas e cumpram com suas obrigações de modo responsável e íntegro. Neste contexto, a responsabilidade social empresarial (RSE) tem um papel central, constituindo-se em uma ação que deve estar integrada com a cultura da organização. O presente trabalho teve como objetivo analisar o desenvolvimento dos estudos sobre Responsabilidade Social nas publicações do ENANPAD (Encontro da Associação de Pós Graduação e Pesquisa em Administração), no período de 2002 a 2008, e compreender de que maneira tais estudos contribuíram para evolução do tema. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica nos anais do ENANPA, identificando os artigos que tratam responsabilidade social como assunto principal. Foram identificados 120 trabalhos e os resultados revelam que pesquisas foram realizadas em empresas públicas e privadas e com os mais variados objetivos, atendendo a diversos setores. Conclui-se que atualmente, a RSE vai muito além da filantropia, pois envolve também interesses financeiros e melhoria de *performance* produtiva da organização. Mas, além disso, defende projetos sociais participativos ou determinadas ações em benefício da restauração ou preservação ambiental. Assim, entende-se que RSE tem uma correlação com a inclusão social, com o desenvolvimento econômico e sustentável e com a cidadania.

Palavras-chave: Responsabilidade social; Ação social; Práticas sociais.

SOCIAL RESPONSIBILITY: AN ANALYSIS OF THE LITERATURE PRODUCTION

Abstract

The greatest challenge that the 21st century faces is to make companies behave ethically and comply with their obligations in a responsible and healthy fashion. In this context, corporate social responsibility (CSR) has a central role, and must be integrated to the organization's culture. This study aimed to examine the development of studies on Social Responsibility in the publications of ENANPAD (Administration Graduate Studies and Research Association Meeting) from 2002 to 2008, and understand how these studies contributed to the evolution of this theme. A bibliographic research was developed in the annals of ENANPAD, identifying the articles that deal with social responsibility as their main subject. We identified one hundred and twenty papers and the results reveal that the researches were conducted in public and private companies and with different objectives, serving various industries. We conclude that currently, CSR goes beyond philanthropy, since it also involves financial interests and improvement of the organization's productive performance. Moreover, it further supports social programs and certain participatory actions in the interests of environmental preservation or restoration. Therefore, it means that CSR is correlated to social inclusion, sustainable economic development, and citizenship.

Key words: Social responsibility; Social action; Social practices.

¹ *Contribuição técnica ao 66º Congresso Anual da ABM, 18 a 22 de julho de 2011, São Paulo, SP, Brasil.*

² *Doutora em Psicologia- Universidade de Taubaté.*

³ *MBA em Gerência de Recursos Humanos – Universidade de Taubaté.*

1 INTRODUÇÃO

As mudanças decorrentes da globalização conferem ao mercado um alto grau de complexidade. As diferenças sociais geradas ao longo dos anos e a escassez crescente dos recursos naturais trazem à tona a discussão sobre o desenvolvimento sustentável e o papel social que as empresas têm perante a sociedade e o meio ambiente. Percebe-se então a necessidade de impulsionar o ser humano a se motivar, por meio de um ambiente que proporcione uma maior satisfação, estimulando assim o envolvimento das pessoas e mantendo as equipes comprometidas com o resultado de seu trabalho, visando à satisfação de seus clientes internos e externos, que por sua vez, estão cada vez mais exigentes.

Neste contexto, a prática da responsabilidade social passa, para a sociedade, uma imagem positiva da empresa, que possui condutas que demonstram sua preocupação com a população, principalmente em situação de risco ou que vivencia contextos de vida onde a exploração e a falta de oportunidade imperam.

As empresas que se preocupam com o desenvolvimento da sociedade e inserem em suas ações anuais projetos de responsabilidade social, em contrapartida, aumentam o reconhecimento da marca e a motivação por parte dos funcionários, e conseqüentemente ampliam a sua lucratividade.

Segundo Teixeira⁽¹⁾ no Brasil, a primeira década do século XXI tem sido um cenário para o amadurecimento das ações de RSE em todo o território nacional. Pesquisa publicada pelo IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas, citada por Teixeira⁽¹⁾ aponta que em 2004, 69% das empresas privadas desenvolveram ações no campo social.

Para o Instituto Ethos⁽²⁾ o termo Responsabilidade Social implica em uma forma das empresas conduzirem seus negócios de tal maneira que as tornem parceiras e co-responsáveis pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes envolvidas no negócio (*stakeholders*): acionistas, funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente, de forma a conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos.

Segundo Ashley⁽³⁾ a ética é a base da Responsabilidade Social e se expressa através dos princípios e valores adotados pela organização, sendo importante seguir uma linha de coerência entre ação e discurso.

Ainda segundo a autora responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atitudes que a afetem positivamente, agindo proativamente e coerentemente no que tange o seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para ela. A organização assume para isso obrigações de caráter moral, que vão além do que é estabelecido em lei, mesmo que não diretamente vinculadas as suas atividades. Tais obrigações poderão contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

Ashley⁽⁴⁾ enfatiza que, a partir de uma visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Segundo Berkhoff, citado por Santos,⁽⁵⁾ no Brasil fala-se cada vez mais a respeito de responsabilidade social empresarial. Devido essa atividade trazer muitos benefícios às empresas, ela deve ser inserida na estratégia da organização, pois traz rentabilidade à empresa. Uma adequada estratégia de responsabilidade social pode



umentar vendas, reduzir custos de produção, reduzir a rotatividade de pessoal, melhorar a relação com diferentes públicos, tornando-se um fator diferencial até mesmo por uma disputa no mercado de trabalho em setores antes pouco valorizados, como organização não governamental, consultorias ambientais, reciclagem de materiais e projetos sociais.

Inúmeras empresas estabilizaram suas atividades através de institutos criados para colocar em prática ações de responsabilidade social e ambiental e tiveram seus trabalhos sempre apoiados por instituições como a ADCE – Associação de Dirigentes Cristão, GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, e FIDES – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social, que sempre prezaram pela transparência dos balanços sociais.

O Instituto Ethos⁽²⁾ de Empresas e Responsabilidade Social, criado em 1988, tem sido fundamental para a divulgação, mobilização e sensibilização das empresas no gerenciamento de seus negócios de modo socialmente responsável.

Contribuições importantes para a solidificação da RSE têm sido a elaboração de normas técnicas que auxiliam no gerenciamento das ações e dão maior credibilidade para as empresas que buscam certificação, além de nortear os processos de trabalho.

A Norma Brasileira, NBR 16001 – Responsabilidade Social – Sistema de Gestão – requisitos, por exemplo, desenvolvida pela ABNT⁽⁶⁾ estabelece os requisitos mínimos relativos a um sistema da gestão da responsabilidade, permitindo à organização formular e implementar uma política e objetivos que levem em conta requisitos legais e outros.

A NBR 16001, também objetiva disponibilizar às organizações os elementos necessários para que desenvolvam um sistema da gestão de Responsabilidade Social eficaz e integrado com os demais requisitos de gestão da empresa, de modo que a RSE não seja apenas um apêndice da organização, mas um processo dinâmico e integrado a vivência organizacional.

Outro documento importante neste novo contexto social em que a RSE se estabelece é a Norma Internacional NI – ISO 26000.

A ISO 26000⁽⁷⁾ começou a ser idealizada em 2004 e foi iniciada em 2005, sendo aprovada apenas no início do ano de 2010. Esta norma internacional é um marco referencial no processo de legitimidade da RS, pois é um documento que foi construído por representantes de todo o mundo, profissionais e instituições capacitadas e renomadas para tratar da abordagem do tema de RS. A respectiva norma tem como principal objetivo fornecer orientações para todos os tipos de organizações, independentemente do porte ou localização sobre diversos temas envolvidos ou referentes à Responsabilidade Social.

Além das normas que auxiliam na padronização de ações outro marco importante para difundir a importância da RSE tem sido o universo acadêmico. Com o aumento das discussões sobre RS, o tema passou a ser alvo de pesquisa nas diversas áreas de estudo (Humanas, Exatas e Biológicas) como Economia, Assistência Social, Direito, Biologia, Psicologia, Antropologia, Turismo e Administração, dentre outras. Entretanto, com a profusão de estudos sobre o assunto, foram criando-se lacunas e ou interpretações diversificadas sobre o conceito de Responsabilidade Social, sendo importante retomar os diversos significados, definições e conceitos que foram aplicados ao desenvolvimento da Responsabilidade Social e mais especificamente Responsabilidade Social Empresarial. Assim, uma discussão que se apresenta relevante nos dias atuais é sobre como a Responsabilidade Social está sendo abordada nas pesquisas acadêmicas e por autores da área da Administração.

Entretanto, fazer uma análise de todo o material acadêmico divulgado sobre Responsabilidade Social em todo o Brasil seria difícil, devido à indisponibilidade de acesso a toda a produção científica sobre o tema e o grande volume de material. Assim, optamos por fazer um recorte, e traçamos como objetivo analisar os trabalhos apresentados no ENANPAD – Encontro Anual da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração dentre os anos de 2002 a 2008. A escolha do ENANPAD deve-se ao reconhecimento que a Associação possui no meio acadêmico, científico e profissional, uma vez que divulga, ano a ano, trabalhos de alta qualidade acerca de diferentes temáticas da área da administração.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi realizado por meio de uma pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório. De acordo com Marconi e Lakatos,⁽⁸⁾ a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, aborda toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo. Abrange desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros pesquisas, monografias, teses, entre outras. Sua finalidade é proporcionar ao pesquisador um contato direto com tudo o que já foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto. A pesquisa foi desenvolvida com base em trabalhos publicados nos anais do ENANPAD nos anos de 2002,⁽⁹⁾ 2003,⁽¹⁰⁾ 2004,⁽¹¹⁾ 2005,⁽¹²⁾ 2006,⁽¹³⁾ 2007⁽¹⁴⁾ e 2008,⁽¹⁵⁾ trazendo uma visão geral de como o tema foi abordado nos últimos seis anos.

Os trabalhos foram pesquisados, através da palavra chave “responsabilidade social”. Foram identificados um total de cento e vinte trabalhos, que apresentavam o tema Responsabilidade Social como foco principal. Os dados foram analisados por meio de uma leitura exploratória e seletiva. As categorias analisadas foram: ano de publicação; área da administração, variáveis associadas ao estudo. Além disso, foram também analisadas as principais conclusões alcançadas pelos estudiosos.

3 RESULTADOS

O gráfico da Figura 1 apresenta o número de trabalhos identificados por ano.

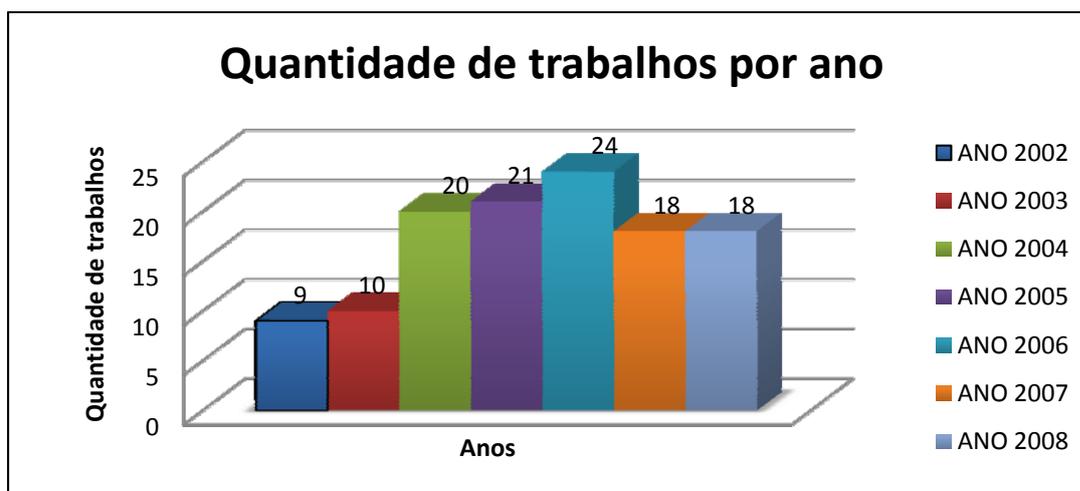


Figura 1: Número de trabalhos por ano.

Na Figura 2 estão elencadas as áreas da Administração em que os trabalhos sobre Responsabilidade social empresarial foram apresentados e suas respectivas quantidades.

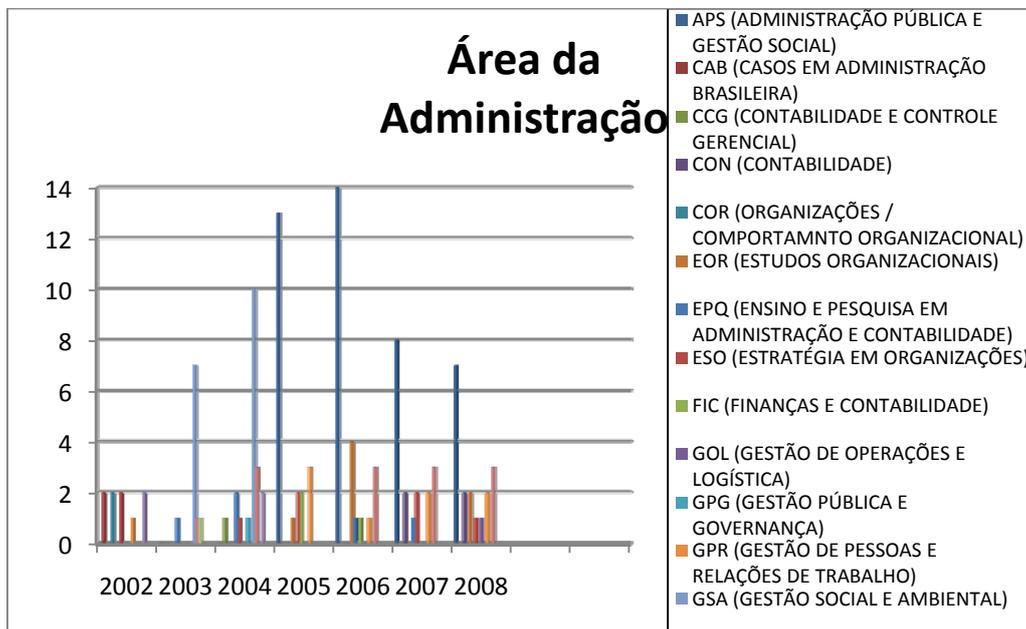


Figura 2: Áreas da administração em que trabalhos foram apresentados.

Na Figura 3 são apresentadas as variáveis que foram estudadas em associação ao tema Responsabilidade Social.

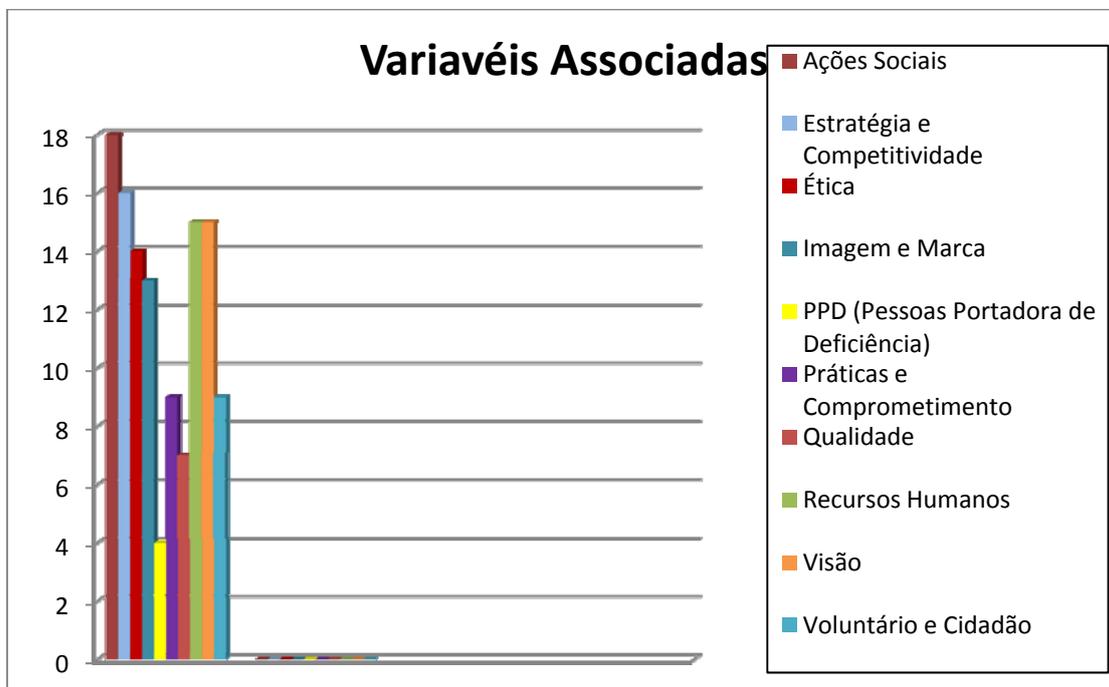


Figura 3: Variáveis associadas ao tema Responsabilidade Social.

4 DISCUSSÃO

Iniciamos a avaliação da produção literária com o ano de publicação, sendo que foram identificados trabalhos sobre responsabilidade social em todos os anos analisados (2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 e 2008) Foi publicado um total de cento e vinte trabalhos, sendo que no ano de 2006 há o maior número de trabalhos publicados, totalizando em vinte e quatro trabalhos. Com isso podemos perceber um interesse contínuo pelo tema na área empresarial.

Realizando a análise no ano de 2002 é possível identificar novas estratégias de responsabilidade empresarial, que foram surgindo conforme a demanda das ações sociais. Neste ano o foco está relacionado às empresas do ramo de fabricação cigarro, petróleo, supermercados e energia elétrica como, por exemplo, a Petrobrás, Vale, Light e Souza Cruz.

Os trabalhos apresentados no ano de 2002 ressaltam a importância da ética e do comprometimento organizacional para o desenvolvimento da RSE com qualidade. Evidencia-se a importância da RSE para o aumento do diálogo com público e com o governo, através da abordagem de uma visão sistêmica das ações empresariais na qual não só a comunidade é inserida, mas também o público interno. As ideias defendidas nos trabalhos do ano de 2002 vão ao encontro com o que defende Ashley,⁽³⁾ pois para a autora a RSE é um compromisso contínuo nos negócios que deve ser pautado pelo comportamento ético, mas que não envolva somente ações para o público externo.

Realizando a análise das publicações no ano de 2003 são identificados trabalhos que refletem os valores das empresas, dos profissionais (como a atitude dos gestores), a percepção dos consumidores com as práticas sociais, e a inclusão de pessoas portadoras de deficiência (PPD). O foco está relacionado às empresas alimentícias, de cosméticos e turismo.

Observa-se dentre as várias abordagens sobre a RSE nos trabalhos apresentados em 2003, que há uma preocupação em analisar o processo de formação dos profissionais de administração e ciências contábeis para que tenham a percepção de novas condutas e compreendam a importância da RSE nos novos contextos corporativos. Entretanto, observa-se também uma análise da RSE como uma nova forma de exercer um capitalismo 'politicamente correto' ou necessário para a sobrevivência das empresas, uma vez que, segundo os autores pesquisados, empresas que não se inserem em programas de RSE são criticadas ou punidas e não são bem aceitas pelo consumidor. Os estudos também apontam que os gestores empresariais ainda possuem um envolvimento mais instrumental com a prática da RSE do que propriamente ético.

Neste contexto, percebe-se que o instrumental se sobrepõe ao ético, pois vai ao encontro com os valores capitalistas e com a necessidade de geração de lucros e nem tanto com uma cultura de importância com o bem estar social, em consonância com o que afirma Tenório.⁽¹⁶⁾

A linha instrumental segundo Tenório⁽¹⁶⁾ objetiva uma “[...] maior consciência corporativa e de um desempenho econômico aliado à diferenciação da empresa perante as demais”. Para os autores, “[...] não há como dissociar a Responsabilidade Social da lógica econômico-financeira da organização”.

Realizando a análise das publicações do ano de 2004 são identificados trabalhos que refletem as concepções da RSE das empresas, visando os cursos de ensino superior, a qualidade de vida no trabalho, a legitimidade e o *marketing* como

diferencial nas decisões de compra dos consumidores. O foco está relacionado às empresas como universidades, shopping centers, bancos e financeiras.

Percebe-se novamente uma preocupação em estudar como está sendo abordada a RSE no processo formativo dos profissionais de administração, concluindo-se que no universo estudado há uma confusão nas abordagens de RS que podem comprometer a ação prática dos futuros profissionais.

Outro aspecto bem evidenciado nas pesquisas é o uso da RSE e o investimento em ações sociais como uma estratégia de *marketing* (promoção e propaganda), para que as empresas sejam bem avaliadas pelo seu público, conquiste novos mercados de consumidores preocupados com a responsabilidade social e ambiental e, também, para que as empresas se reservem de problemas jurídicos/ legais. Esta abordagem vai ao encontro com a visão ainda instrumental da RSE e não com um comportamento ético que deve envolver a prática, apesar de nas conclusões alguns autores constatarem que apesar dos meios instrumentais utilizados nos inícios das práticas sociais empresariais, com o decorrer do processo, os gestores vão transformando suas condutas e adotando a ética em suas ações cotidianas.

Realizando a análise das publicações do ano de 2005 são identificados trabalhos que relatam a conduta das empresas no desenvolvimento da RSE enfatizando-se os desafios e possibilidades de estudos com empresas de capital aberto, demonstração de balanços sociais e a divulgação das ações sociais praticadas. Nestes trabalhos defende-se que a partir de ações de condutas sociais as empresas legitimam seu papel social, mas estas ações contribuem para a proteção da marca e para a divulgação no ambiente interno e externo.

Novamente, aparece entre os trabalhos a importância da ação voluntária para o desenvolvimento da RSE, mas ainda verifica-se o forte apelo instrumental das ações. Porém a grande discussão destes trabalhos está em torno do que a RSE representa para as empresas de capital aberto. Sabe-se que com o aumento da livre concorrência, na qual ações sobem e descem nas bolsas de valores do dia para a noite, aplicar em empresas que tenham condutas éticas é importante para muitos acionistas. Assim sendo, a Responsabilidade Social torna-se um grande trunfo diferencial perante outras empresas junto à opinião pública e acionistas. Para as empresas de capital aberto a transparência nos investimentos em responsabilidade social e ambiental é mais do que uma necessidade e sim um dever.

Lima⁽¹⁷⁾ é um dos autores que mais enfatiza a importância do balanço social para legitimidade da RSE, pois para o autor, por meio do balanço social, a empresa presta contas à sociedade através da apresentação dos resultados qualitativos e quantitativos de sua gestão de responsabilidade social, dando maior visibilidade da prática social/ambiental que está sendo exercida, o que fortalece o compromisso da empresa com os seus públicos.

O balanço social, no entanto não deve obedecer apenas aos aspectos legais que o envolve, mas sim ser a prática ética e espontânea da empresa que ao final de um ciclo de atividades informa à sociedade sobre os investimentos nas ações e retornos obtidos; indo além de somente demonstrar os balanços contábeis e financeiros ou ser mais um instrumento de *marketing* societário da empresa.

Realizando a análise das publicações no ano de 2006 identificam-se o quanto os projetos sociais de RSE influenciam na prática espontânea das ações sociais, e que medidas estão contribuindo para a sociedade, e os impactos que podem causar ao comportamento dos consumidores.

Estas são abordagens pertinentes no tema da RSE. Verifica-se, por exemplo, que dentre os vários autores que falam da importância da prática da responsabilidade

social, Tenório⁽¹⁶⁾ ressalta a necessidade de uma prática baseada nos valores da empresa e que esteja alinhada com o modelo gerencial da corporação.

Lima,⁽¹⁷⁾ por sua vez, acredita que somente através da prática espontânea das ações sociais será possível legitimar a RSE, não devendo esta prática ser exercida unicamente sob argumentos legais.

Com relação a quais medidas de RSE estão contribuindo para a sociedade, verifica-se o aumento das ações assistencialistas das empresas em parceria com o terceiro setor para auxiliar no aumento de oportunidades de educação, trabalho, cultura e lazer para jovens, crianças, adultos, idosos, portadores de deficiência, dentre outros públicos, em concordância com o que afirma Neves.⁽¹⁸⁾

Os impactos que a RSE causa no consumidor também são discutidos tanto em trabalhos científicos como em pesquisas de empresas e institutos que estudam o fenômeno da RSE. Paula,⁽¹⁹⁾ por exemplo, apresenta dados de pesquisa da AKATU e Instituto Ethos, publicado pela InfoMoney, no qual verifica-se que no ano de 2007, aproximadamente 77% dos brasileiros desejam ter informações de como as empresas estão tentando ser responsáveis socialmente.

Segundo Echegaray⁽²⁰⁾ a pesquisa “Monitor de Responsabilidade Social Corporativa” demonstra que de acordo com os consumidores, de nada adianta as empresas terem ações cidadãs e ambientais se não estiverem comprometidas com a responsabilidade social interna, tratando bem os colaboradores, não violando os direitos trabalhistas e humanos e conduzindo e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida.

Realizando a análise das publicações no ano de 2007 constata-se o interesse na percepção dos consumidores e os impactos causados em relação às ações sociais, agregando valor ao produto, ou marca, visando à melhora da imagem da empresa.

Percebe-se, portanto, que os enfoques das pesquisas são similares aos dos anos anteriores, principalmente de 2006 e 2005 e ressaltam que ainda perdura uma visão instrumental da RSE e os benefícios que esta atividade traz para as empresas que a adotam, indo ao encontro com as pesquisas acadêmicas e em publicações de livros.

Nos trabalhos apresentados no ano de 2008 percebe-se o interesse dos estudos voltados à visão da responsabilidade social empresarial como fator de atração de novos talentos e o papel dos recursos humanos nas ações sociais.

A partir do momento em que as universidades se abrem para a discussão da Responsabilidade Social a conscientização dos novos profissionais tende a estabelecer critérios de escolha para quais empresas desejam colocar-se à serviço. Empresas que possuem trabalhos de responsabilidade social, normalmente desenvolvem a busca por novos talentos que estejam de acordo com a cultura, missão e visão da empresa.

Devido ao fato do setor de Recursos Humanos – RH atualmente ter como uma das principais funções a colocação dos profissionais nas variadas atividades da empresa de modo eficaz e eficiente, as ações estão pautadas por métodos de gestão que devem acompanhar as necessidades corporativas e sociais contemporâneas, de modo ético, sendo necessária a inserção de atividades de responsabilidade social e ambiental. Segundo Serpek⁽²¹⁾ “já há algum tempo, contudo, as organizações de boa visão posicionaram a área de Recursos Humanos como responsável pela integração das estruturas internas e externas da empresa”.

Atualmente, a responsabilidade do RH vai além da gestão de pessoas no âmbito empresarial voltado para a alta produtividade. Percebe-se que as ações de Responsabilidade Social antes relacionadas ao Marketing e a área de comunicação

hoje são reportadas ao RH, pois a partir daí deve-se atuar diretamente com o desenvolvimento integral do ser humano.

Segundo Fonseca⁽²²⁾ Ao envolver a área de RH da empresa nas ações de RSE abre-se a oportunidade de envolver os funcionários de modo mais direto em ações de voluntariado, e demais atividades sociais propostas pela empresa, indo além do mero repasse de verbas para instituições ou projetos sociais comandados por terceiros. Assim sendo, os trabalhos que enfocam a participação do RH nas ações ou administração da RSE apresentam dados de uma tendência mundial.

A Figura 2 apresentou as áreas da administração em que trabalhos sobre responsabilidade social foram apresentados. Dentre as áreas da administração identificadas predominou a área da Administração Pública e Gestão Social. Embora o tema esteja mais ligado a estas áreas, existem outras áreas desenvolvendo este tipo de trabalho, podendo se perceber a questão da interdisciplinaridade.

A Figura 3 apresenta as diferentes variáveis associadas à temática da Responsabilidade Social. Vale ressaltar a importância de se estudar a Responsabilidade Social associada a outras variáveis, o que pode contribuir para compreensão de uma organização em seus vários aspectos, como aspectos ligados a ações sociais, estratégica e competitividade, ética, imagem e marca, PPD - pessoas portadoras de deficiência, práticas e comprometimento, qualidade, recursos humanos, visão, voluntário e cidadão.

5 CONCLUSÃO

Em uma empresa, por mais responsável que seja, sempre existirão dificuldades no que tange à responsabilidade social e suas percepções. Por isto, este trabalho foi desenvolvido com o objetivo de identificar as principais abordagens sobre o tema “Responsabilidade Social” e suas estratégias, no intuito de subsidiar futuros trabalhos que possam ser desenvolvidos com o tema.

Por meio da revisão de literatura, onde foram analisados diferentes pontos de vista sobre a responsabilidade social, pode-se verificar que não existe um único modelo para analisar e compreender as ações praticadas pelo ser humano e suas percepções, uma vez que pessoas possuem características diferentes, provenientes de suas experiências pessoais somadas as suas culturas diferenciadas. Neste sentido, diversos autores desenvolveram suas pesquisas, utilizando os mais variados modelos, na intenção de identificar estas percepções e comportamentos extremamente diversificados, ao perceber que estes fatores influenciam diretamente o desempenho de uma empresa.

Com base nos cento e vinte trabalhos identificados nos anais do Enanpad, no período de 2002 e 2008, analisaram-se as variáveis: quantidade de trabalhos publicados por ano; área da administração; foco (variáveis associadas à RS) e principais conclusões.

Pode-se observar que quanto à quantidade de trabalhos publicados, destaca-se o ano de 2006, quando foi publicado o maior número de trabalhos, com vinte e quatro pesquisas realizadas, que representa 20% dos cento e vinte trabalhos analisados.

Quanto à área da administração, houve predomínio da área de Administração Pública e Gestão Social, apresentando quarenta e dois trabalhos, representando 35% dos trabalhos pesquisados.

A Responsabilidade Social é importante principalmente para as empresas que têm as pessoas como um diferencial competitivo. Ou seja, o resultado daquilo que estas empresas produzem dependem necessariamente das pessoas que o fazem, de sua



satisfação, dedicação e de sua motivação para o trabalho. As empresas buscam cada vez mais se identificar com as práticas sociais, no intuito de propiciar um ambiente favorável, melhor imagem corporativa, melhorando seu desempenho e competitividade.

As pesquisas estudadas relatam ações que contribuem com o desenvolvimento sustentável da humanidade, dando oportunidades de acesso as pessoas carentes, deixando os preconceitos de lado, e com o objetivo da busca da qualidade de vida de todos, independentemente da raça, classe social, entre outros aspectos abordados.

A Responsabilidade Social não é apenas filantropia e marketing social. Apesar de muitas empresas mostrarem que estão preocupadas com a imagem e a marca, muitas estão também preocupadas com a inclusão social da população, inserindo ações sociais na comunidade, como cursos, incentivos, escolas. Com isso as pessoas que participam destes programas aprendem diversos trabalhos, e podem desenvolver e até conseguir ter uma renda com estes trabalhos, o que talvez antes não fosse possível, por desconhecimento.

Sugere-se que na área da Responsabilidade Social seja estudada mais profundamente a inserção das pessoas portadoras de deficiência, seja ela física ou mental, o papel delas dentro da RSE e qual a importância dessas pessoas na prática das ações sociais, focadas tanto para as crianças, adultos ou idosos, e como elas se sentem participando de programas de responsabilidade social. Outra área importante para futuros estudos seria o setor de recursos humanos como um fator primordial para práticas de ações sociais. Sugere-se estudo junto às grandes empresas para se investigar como tem sido abordado o tema na sua empresa, e qual o papel da área de RH ao implantar programas em comunidades. Também seria interesse estudos nas empresas que ainda não praticam a RSE para saber o que acham das práticas sociais nas comunidades, quais empecilhos ou dificuldades percebem e se há interesse de implantar essas ações na sua empresa.

REFERÊNCIAS

- 1 TEIXEIRA, K. C. S. T. **Responsabilidade Social Empresarial: os desafios para a promoção da diversidade cultural no século XXI.** Disponível em: <<http://www.cibs.cbciss.org/arquivos/RESPONSABILIDADE%20SOCIAL%20EMPRESARIAL.pdf>> Acesso em 25 de agosto de 2010.
- 2 INSTITUTO ETHOS. **Indicadores de Responsabilidade Social.** São Paulo: ETHOS, 2007.
- 3 ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2002.
- 4 ASHLEY, P.A. (Coord.) **Ética e responsabilidade social nos negócios.** 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- 5 SANTOS, F.S. **Gestão da Responsabilidade Social Interna das Empresas.** Taubaté, SP 2008. MBA em Gerência de Recursos Humanos. Universidade de Taubaté, UNITAU.
- 6 ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 16001.** Rio de Janeiro: ABNT, 2004.
- 7 ISO 26000. Minuta da NI ISO/DIS 26000. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/ISO_DIS_26000_port_rev0.pdf> Acesso em 10 de setembro de 2010.



- 8 MARCONI, M. A. ; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo-SP: Atlas, 2007.
- 9 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002. CD-ROM.
- 10 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 27., 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003. CD-ROM.
- 11 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. CD-ROM.
- 12 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. CD-ROM.
- 13 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. CD-ROM.
- 14 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. CD-ROM.
- 15 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. CD-ROM.
- 16 TENÓRIO, F. G. (Org.) **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2007, p.97.
- 17 LIMA, P. R. S. **Responsabilidade Social: a experiência do Selo Empresa Cidadã na cidade de São Paulo – 1999**. São Paulo: PUCSP, 2005.
- 18 NEVES, M. **O novo mercado: do social ao ambiental**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.
- 19 PAULA, D. M. **Consumidor quer responsabilidade social de empresa**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/consumidor-quer-responsabilidade-social-de-empresa/22070/>> Acesso em 10 de outubro de 2010.
- 20 ECHEGARAY, F. **Responsabilidade social**. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=1018> Acesso em 10 de outubro de 2010.
- 21 SERPEK, P. **Responsabilidade Social e competência interpessoal**. Curitiba: Ibpex, 2006, p.129.
- 22 FONSECA, R. Ações Sociais ganham suporte de RH. **Canal RH em Revista**, ano II, n.20, março de 2003. Disponível em: <http://www.canalrh.com.br/revista/revista_artigo.asp?o={332C0900-5B21-40F4-8C7A-06EE5293DEF8}> Acesso em: 12 de outubro de 2010.