

Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas

A ISO 26000 E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES E DA COMUNIDADE: O CASO DE UMA MULTINACIONAL ENERGÉTICA

ISO 26000 AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE PERCEPTION OF EMPLOYEES AND THE COMMUNITY: THE CASE OF A MULTINATIONAL ENERGY

Jéssica Casali Turcato, Eliana Ribas Maciel, Marisandra Da Silva Casali, Daniel Knebel Baggio,
Lisiane Magali Matthes Pletsch

RESUMO

O presente artigo apresenta uma análise da relação e da percepção dos colaboradores e do público externo dos municípios de Garruchos/RS e de São Luiz Gonzaga/RS frente à responsabilidade social e os princípios da ISO 26000 adotados por uma empresa do setor energético localizada na fronteira oeste do Rio Grande do Sul. Para alcançar o objetivo principal deste estudo levantaram-se os projetos sociais desenvolvidos nestes municípios e, identificaram-se suas percepções com base nos sete princípios da ISO 26000, no contexto da responsabilidade social corporativa e na dinâmica da cultura e do comportamento organizacional, valores e relacionamento interno. A metodologia utilizada classificou a pesquisa quanto aos fins como exploratória e descritiva, quanto aos meios como bibliográfica, documental e estudo de caso, sendo realizada pela aplicação de questionários a amostras não probabilísticas e definidas pelo critério de intencionalidade. Os resultados apontam percepções favoráveis de ambas as amostras quanto a responsabilidade social assumida pela empresa, assim como, no cumprimento dos princípios da ISO 26000 e no impacto benéfico no relacionamento entre os colaboradores e a empresa. E, externamente, a importante função que possui no desenvolvimento local e no fomento da cultura destes municípios.

Palavras-chave: Comportamento Organizacional, Gestão, ISO 26000, Responsabilidade Social Corporativa, Responsabilidade Social.

ABSTRACT

This paper presents an analysis of the relationship and the perception of employees and external public of municipalities Garruchos/RS and São Luiz Gonzaga/RS front to social responsibility and the principles of ISO 26000 adopted by an energy company located on the border west of Rio Grande do Sul. To achieve the aim of this study arose the social projects developed in these municipalities and identified if their perceptions based on the seven principles of ISO 26000 in the context of corporate social responsibility and the dynamics of culture and organizational behavior, values and internal relationship. The methodology described the research as to the purposes as exploratory and descriptive, as the means as bibliographical, documentary and case study, being conducted by questionnaires not probability samples and defined by intentionality criterion. The results show favorable perceptions of both samples as social responsibility assumed by the company, as well as in compliance with the ISO 26000 principles and beneficial impact on the relationship between employees and the company. And externally, the important role it has in local development and the promotion of the culture of these municipalities.

Keywords: Corporate social responsibility. ISO 26000. Management. Organizational behavior. Social responsibility.

1 INTRODUÇÃO

Mesmo com o avanço dos últimos anos, países em desenvolvimento como o Brasil ainda convive com a vulnerabilidade e necessidade de serviços sociais básicos, e de políticas de proteção social que garantam o desenvolvimento e o progresso sustentável. A desigualdade gera diversos obstáculos à sociedade e as limita de se beneficiar do progresso que a globalização trouxe, ou ainda, ter acesso a serviços básicos com qualidade, como saúde e educação.

Os municípios alocados distantes dos grandes polos como é o caso de Garruchos/RS, local onde é instalada a empresa originária deste trabalho, em sua maioria dependem economicamente das atividades da agricultura, do campo e da pesca, as quais não geram renda o ano inteiro, conforme estatísticas do IBGE (2010), neste município a renda média mensal por pessoa em domicílios rurais é de R\$ 302,50 e em urbanos de R\$ 510,00. Juntamente, existe deficiência de empresas e entidades que trabalhem em favor da comunidade no sentido de promover à integração e o desenvolvimento de ambas as partes, este fato ocorre também pela precariedade de empresas de grande porte ou multinacionais na região.

No entanto, no encaço das adversidades, existe um alto número de organizações sociais, não governamentais e empresariais que trabalham diariamente para tornar a sua comunidade sustentável e fortalecer a resiliência, gerando valor para a sociedade em que estão inseridas. As empresas têm compreendido o seu papel social com a sociedade em geral e com a comunidade do entorno onde desenvolvem seus negócios, participando diretamente no processo de desenvolvimento econômico, cultural e educacional.

Diante dessa realidade muito presente no Brasil, as empresas têm como desafio em matéria de responsabilidade social integrar socialmente os mais vulneráveis e cada vez mais estar propensa a assumir responsabilidades perante todos os *stakeholders*. A responsabilidade social corporativa é compreendida como estratégia para aumentar a visibilidade da empresa, desenvolver a imagem institucional e a aceitação por parte da sociedade.

Um estudo de sustentabilidade realizado pela rede de contabilidade BDO (2013) envolvendo 118 instituições brasileiras, revelou que 86,44% das instituições participantes a sustentabilidade faz parte das estratégias do negócio, 66,95% do total de instituições incentivam os colaboradores a participar de projetos e 42,37% incentivam e financiam projetos culturais.

Com o crescente avanço dos investimentos na área de responsabilidade social as empresas têm buscado métodos de gestão para maximizar o alcance de seus esforços no âmbito social perante os diferentes públicos de interesse do negócio. Com a publicação da norma ISO 26000 em 2010, a norma passou a ser o principal método de gestão da responsabilidade social utilizado pelas organizações, apresentando diretrizes sobre a responsabilidade empresarial para a contribuição do desenvolvimento sustentável.

Neste cenário e ciente de seu papel perante a sociedade se encontra empresa onde o estudo foi desenvolvido. Atuante como transmissora e conversora de energia elétrica, é uma multinacional com unidade operacional no município de Garruchos no Rio Grande do Sul, e participa ativamente na realização de programas sociais em busca de enraizar e estreitar o vínculo com a sociedade.

O presente tem o objetivo principal de apresentar uma análise da relação e da percepção dos colaboradores e do público externo dos municípios de Garruchos/RS e São Luiz Gonzaga/RS frente à responsabilidade social e os princípios da ISO 26000 adotados pela empresa. Por meio da identificação dos projetos sociais realizados, da verificação das percepções junto a esses públicos em relação às práticas sociais e de uma análise comparativa entre os sete princípios de conduta e valores da norma ISO 26000 sobre responsabilidade social com a percepção dos colaboradores e dos públicos externos destes municípios.

Este trabalho estrutura-se no primeiro capítulo com o referencial teórico, onde são revisadas as literaturas a cerca dos principais conceitos e teorias que fundamentam a

responsabilidade social, bem como de sua gestão através da ISO 26000, servindo de suporte para o alcance do objetivo principal. No segundo capítulo é apresentada a metodologia, em que foram definidos os aspectos metodológicos que guiaram a pesquisa. O terceiro capítulo apresenta os resultados da pesquisa, através da análise e discussão das informações levantadas. Por fim, são apresentadas as considerações finais e as referências bibliográficas do trabalho.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 Comportamento e cultura organizacional

Para Kroetz (2009), a cultura da responsabilidade social corporativa tem se intensificado em decorrência das mudanças no comportamento dos clientes, consumidores, do mercado e das próprias organizações. A cultura é exemplificada dentro de muitos ângulos, dividindo a opinião de distintos autores, contudo, de maneira geral, é vista como um conceito importante pelo qual é possível compreender os grupos sociais e as sociedades humanas (CHIAVENATO, 2003).

Outro aspecto referido por Chiavenato (2003) menciona que as organizações ao manterem e cultivarem suas próprias culturas ficam conhecidas pelas suas peculiaridades próprias, e serão essas características culturais que espalharão a mentalidade que irá prevalecer na organização.

As organizações sofrem de maneira mais densa com as influências e transformações do entorno onde está inserida, Karkotli (2008) afirma que as empresas passaram a considerar em suas decisões internas as influências provindas do ambiente externo.

Ashley (2005) aborda a cultura como um dos componentes importantes para o entendimento da responsabilidade social corporativa, onde os valores culturais influenciam o modo de ação e as práticas administrativas, ou seja, a maneira como a responsabilidade social corporativa será concebida em uma sociedade.

Segundo Kroetz (2009), as organizações que introduzem a cultura de responsabilidade social como estratégias de trabalho, passam a percebê-la com um ativo intangível oculto e incalculável na empresa.

2.2 Responsabilidade social corporativa

Ashley (2005) aborda a responsabilidade social como forma de assumir as obrigações de caráter moral, fora das obrigações estabelecidas em lei, isto é, qualquer ação que contribua para a melhoria da qualidade de vida da população. “As organizações terão de aprender a equacionar a necessidade de obter lucros, obedecer às leis, ter um comportamento ético e envolver-se em alguma forma de filantropia para com as comunidades em que se inserem.” (ASHLEY, 2005, p. 6).

A adequação socioambiental define-se pelo intuito de aproximar as empresas das novas exigências do mercado e dos consumidores, a fim de adequar as linguagens e a posição da organização (TORQUATO, 2002). O grau de confiança elevado dos *stakeholders* contribui para melhorar o desempenho da organização como um todo e para a sustentabilidade no longo prazo (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

O termo desenvolvimento sustentável, visto ainda como responsabilidade social corporativa por Vellani (2011), define como práticas sustentáveis aquelas que consigam satisfazer as necessidades de seus clientes e gerar valor aos acionistas sem comprometer a continuidade da sociedade. Frente ao novo posicionamento que a sociedade tem exigido das organizações, estas vêm ao entendimento de que pode existir um objetivo comum e não um conflito entre o desenvolvimento econômico e a geração de renda para a sociedade. Esse novo pensamento tem transformado a realidade das organizações, acompanhado por uma mudança

de valores, que compreende que ao mesmo tempo em que é possível proporcionar valor aos seus *stakeholders*, a empresa pode oferecer benefícios para a sociedade.

O contexto da responsabilidade social corporativa dá enfoque ao impacto que as atividades organizacionais exercerão sobre os agentes que se relaciona: fornecedores, clientes, colaboradores, investidores, concorrentes e a comunidade, na busca de sempre aprimorar essas relações. Pode-se citar ainda, que a responsabilidade social corporativa almeja reforçar a atuação e a parceria das organizações não governamentais, filantrópicas e o governo local, como forma de gerar soluções para os problemas relacionados à comunidade interna, compreendida pelos colaboradores, acionistas, fornecedores e etc., e a comunidade externa, contemplada pela comunidade e a sociedade (MELO NETO; FROES, 2001).

Para Leão (2003), a função social da empresa tem-se alterado em consequência da expansão da economia mundial e crescente importância das organizações como precursoras do desenvolvimento social. Os esforços direcionados a responsabilidade social são enquadrados como um dos pressupostos da função social da organização, percebida como forma de suprir as necessidades da sociedade através de práticas éticas e sociais.

Para Melo Neto e Froes (2001):

A empresa socialmente responsável torna-se cidadã porque dissemina novos valores que restauram a solidariedade social, a coesão social e o compromisso social com a equidade, a dignidade, a liberdade, a democracia e a melhoria da qualidade de vida de todos que vivem na sociedade (MELO NETO; FROES, 2001, p. 36).

No contexto do ambiente organizacional, a consequência das ações sociais é observada na melhoria da qualidade de vida no trabalho, aumentando a produtividade, motivação, autoestima, orgulho dos colaboradores e aprimorando o ambiente de trabalho. Externamente, a organização ganha benefícios sociais, econômicos, institucionais, tributário-fiscais e de mídia, bem como promove o desenvolvimento sustentável da região e aprimora os relacionamentos, segundo Melo Neto e Froes (2001).

Externamente, a adoção de uma postura pró-responsabilidade social tem gerado inúmeros benefícios e agregado valor para os negócios. As práticas tem sido percebidas pelas empresas como diferencial competitivo e produtivo e, dentre outros fatores, como: ferramenta de marketing para fortalecer a imagem e a visibilidade socialmente responsável da empresa, garantia de respeito por parte dos *stakeholders*, comprometimento e lealdade dos colaboradores pela identificação com a empresa, melhoria no relacionamento organizacional interno e principalmente pela criação de um ambiente interno e externo favorável (ASHLEY, 2005; KOETZ, 2009; MELO NETO; FROES, 2002; TINOCO, 2006).

O exercício da responsabilidade social corporativa é visto sob duas abordagens distintas, os projetos sociais e as ações comunitárias. Os projetos estão voltados para os problemas sociais sofridos pela população ou pelos grupos sociais, que demandam soluções imediatas, ou a médio e longo prazo. São ações diretas sobre a comunidade com a gestão e aplicação de recursos feitos pela própria empresa, em que o retorno social de mídia institucional e de imagem é maior (MELO NETO; FROES, 2001).

As organizações que já aderem às práticas e possuem uma metodologia clara da responsabilidade social, tem buscado métodos de avaliação de desempenho e ferramentas de gestão. As normas perante a compreensão de Melo Neto e Froes (2002), atuam como diplomas de cidadania empresarial e responsabilidade social, com o objetivo de comprovar o exercício da responsabilidade social interna e externa da organização.

A norma ABNT NBR ISO 26000 publicada no dia 8 de dezembro de 2010 no Brasil foi criada pela International Organization for Standardization ISO, uma federação internacional formada por organismos internacionais (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009), trata-se apenas de uma norma de diretrizes de uso voluntários, ou seja, não possui fins de certificação. A norma direciona as organizações a um comportamento ético e transparente, que busque contribuir para o desenvolvimento sustentável e esteja em conformidade com as leis e de acordo com as normas internacionais de comportamento (ISO 26000).

Considerada uma norma de sistema de gestão, o manual da ISO 26000 propõe sete princípios que devem estar presentes na conduta e nos valores das organizações, são eles:

- 1) *Accountability*: “Convém que a organização preste contas e se responsabilize por seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente.” (ISO 26000, p. 11). Este princípio sugere que a organização preste contas e se responsabilize pelos impactos que causa na sociedade, na economia e no meio ambiente, bem como as consequências negativas e encontre medidas preventivas para que o problema não ocorra novamente.
- 2) *Transparência*: “Convém que uma organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente.” (ISO 26000, p. 11). O princípio da transparência propõe que a organização seja transparente em suas decisões e nas atividades que impactam a sociedade, divulgando com clareza as políticas e decisões a serem tomadas, inclusive a consequência destas com a sociedade.
- 3) *Comportamento ético*: “Convém que uma organização comporte-se eticamente.” (ISO 26000, p. 12). Aconselha-se que o comportamento organizacional seja baseado em valores de honestidade, equidade e integridade. A organização precisa comportar-se de forma ética, respeitando as pessoas, os animais e o meio ambiente.
- 4) *Respeito pelo interesse das partes interessadas*: “Convém que uma organização respeite, considere e responda aos interesses de suas partes interessadas.” (ISO 26000, p. 12). O princípio recomenda que a organização deva respeitar, considerar e responder aos interesses das partes envolvidas no negócio. As partes interessadas da organização se referem a todos os grupos que podem ter direitos, reivindicações ou interesses específicos os quais convém que sejam levados considerados.
- 5) *Respeito pelo estado de direito*: “Convém que uma organização aceite que o respeito pelo estado de direito é obrigatório.” (ISO 26000, p. 13). Este princípio preconiza a supremacia da lei, ou seja, ninguém está acima da lei, nem mesmo o governo.
- 6) *Respeito pelas normas internacionais de comportamento*: “Convém que uma organização respeite as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito pelo estado de direito.” (ISO 26000, p. 13). Indica-se que a organização respeite as normas internacionais de comportamento quando a legislação vigente não prevê salvaguardas socioambientais adequadas, esforçando-se para cumprir ao máximo essas normas. Contudo, concomitantemente cumprir a obrigatoriedade de respeito pelo estado de direito.
- 7) *Respeito pelos direitos humanos*: “Convém que uma organização respeite os direitos humanos e reconheça tanto sua importância como sua universalidade.” (ISO 26000, p. 14). Este princípio sugere que a organização reconheça que os direitos humanos são aplicáveis em todos os países, culturas e situações semelhantes.

3 METODOLOGIA

Vergara (2000) define os tipos de pesquisa quanto aos fins e aos meios. Quanto aos fins a pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva.

A pesquisa exploratória possui caráter investigativo, Gil (2010) a define como o tipo de pesquisa que objetiva familiaridade com o problema, ou seja, almeja maior conhecimento a cerca do tema a ser estudado e compreensão ou transformação de conceitos e ideias.

Quanto aos meios, a pesquisa é classificada como bibliográfica, documental e estudo de caso.

A pesquisa bibliográfica foi realizada a partir de livros, dissertações, teses, artigos ou em material já publicado. A pesquisa documental visa obter informações a partir de documentos provenientes das organizações. Os principais documentos utilizados foram os Relatórios Anuais de Sustentabilidade. O estudo de caso consiste na investigação de um fenômeno ou situações da vida real, com o intuito de criar hipóteses e teorias como resultado, esse tipo de pesquisa permite uma visão global de determinado problema, como aponta Gil (2010).

Quanto à abordagem é uma pesquisa qualitativa. Assim como é definida por Gil (2010), a análise qualitativa parte da compreensão de um universo vivenciado por uma população, através da adoção de atitudes positivas de escuta e empatia, de forma a perceber internamente suas percepções a cerca do que está sendo vivido.

Os sujeitos investigados foram selecionados pelo critério de intencionalidade, ou seja, através de uma amostra não probabilística onde os pesquisados são selecionados intencionalmente, baseados em características relevantes para o alcance dos objetivos propostos.

A amostra foi subdivida em três categorias, sendo: colaboradores da empresa, compreendidos por colaboradores próprios, terceirizados e estagiários, público externo do município de Garruchos/RS e de São Luiz Gonzaga/RS. Dentro das amostras dos públicos externos foram selecionados os formadores de opinião de cada local, ou seja: políticos, jornalistas, representantes de instituições sociais e educacionais, representantes sindicais, empresários e principais fornecedores da empresa.

Foram levantados vinte questionários de uma média de cinquenta colaboradores alocados nos postos de trabalho da unidade em Garruchos/RS. Quanto à amostra de público externo obtiveram-se trinta e sete questionários, sendo vinte e um do município de Garruchos/RS e dezesseis de São Luiz Gonzaga/RS.

O levantamento de dados empíricos deu-se através de questionários levantados no ano de 2015. Os questionários foram estruturados com perguntas diferentes para a amostra de colaboradores e para o público externo de Garruchos/RS e de São Luiz Gonzaga/RS, sendo que para os públicos externos foi destinada uma pergunta onde a resposta era aberta. Para os colaboradores e o público externo de São Luiz Gonzaga/RS, o levantamento dos dados ocorreu por meio eletrônico, através de ferramenta de pesquisa online, para Garruchos/RS este levantamento realizou-se pelo envio de questionários impressos.

Para mensurar a intensidade das afirmações apresentadas nos questionários, utilizou-se da Escala de Likert como a escala de classificação por itens.

Para o desenvolvimento da pesquisa foi utilizado à carta de apresentação e os instrumentos de coleta de dados apresentados no apêndice deste trabalho, sendo que a base teórica utilizada com a finalidade de atender ao objetivo geral do estudo foi à norma ISO 26000, através dos princípios de conduta e valor relativos à responsabilidade social, assim como a cultura organizacional, os valores organizacionais, o comportamento organizacional e o contexto da responsabilidade social corporativa.

4 RESULTADOS

4.1 Projetos sociais desenvolvidos pela empresa

A empresa possui como diferencial a responsabilidade que assume no combate às desigualdades sociais e a promoção da sustentabilidade no entorno de onde está localizada. Um de seus objetivos estratégicos está ligado à contribuição direta para a formação de uma sociedade mais justa e responsável, possuindo como principal objetivo o investimento em projetos direcionados a educação, cultura, geração de renda e conscientização sobre o uso eficiente e seguro da energia nas cidades de São Luiz Gonzaga e Garruchos no Rio Grande do Sul.

Os projetos executados pela empresa de acordo com o Relatório Anual de Sustentabilidade 2013 (ENDESA BRASIL, 2014) e o Relatório Anual de Sustentabilidade Enel Brasil 2014 (ENEL BRASIL, 2015), são:

Programa de voluntariado

a) Rede do Bem: A Rede do Bem é um programa corporativo com o objetivo de reunir as práticas de voluntariado de todas as empresas do grupo, buscando potencializar as ações a fim de alcançar o maior número de beneficiados e colaboradores, possui como objetivo principal estreitar a relação com as comunidades atendidas.

O programa promove: campanhas assistenciais, doações em campanhas de Natal e Dia das Crianças e em desastres climáticos; integração social com atividades de apoio social, educacionais e ambientais; mutirões de reformas em instituições que dão assistência a pessoas em risco social nos municípios de influência das empresas e mutirões ambientais, com plantio de mudas e coletas de lixo e etc.

Em cada unidade de atuação da Endesa são realizados três mutirões por ano e contam com a participação de em média vinte colaboradores em cada uma das ações. Os colaboradores são inscritos de forma voluntária e durante esse dia deslocam suas atividades para o projeto.

Na unidade os mutirões são realizados nos municípios de São Luiz Gonzaga, Garruchos e as localidades do interior destes dois municípios no Rio Grande do Sul.

Ações educativas

a) Criança Feliz: Realizado na cidade de São Luiz Gonzaga/RS em parceria com a Rádio Missioneira Sete Povos, é uma semana educativa com contação de histórias, teatro e oficinas culturais para crianças. As atividades de educação e entretenimento tem o objetivo de fortalecer os valores a serem cultivadas na sociedade, assim como as informações sobre deveres e direitos.

b) Feira do Livro: Evento literário realizado na cidade de São Luiz Gonzaga/RS organizado pela Prefeitura Municipal através da Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Esporte com o patrocínio da empresa. O evento tem duração de cinco dias e é realizado uma vez ao ano, oferecendo diversas atrações ao público, além de oficinas, palestras, presença de escritores, contação de histórias e lançamento de livros para crianças e adolescentes.

O principal objetivo é possibilitar a comunidade e aos municípios vizinhos a oportunidade do contato direto com o universo literário.

c) Revitalização da Biblioteca Municipal Senador Pinheiro Machado: No ano de 2014 a Endesa Cien inaugurou o projeto de reforma da Biblioteca Municipal de São Luiz Gonzaga/RS. Foram adquiridas novas obras literárias, realizada a catalogação digital das obras, instalados climatizadores, recuperação do antigo acervo da biblioteca e reforma das estruturas do local, com a aquisição de novos mobiliários e computadores.

Desenvolvimento local

a) Expo São Luiz: Como principal patrocinadora e em apoio à Associação Comercial Industrial de São Luiz Gonzaga é realizada a Expo São Luiz, uma feira agropecuária com os principais produtores e fornecedores do Estado. A feira é realizada a cada dois

anos e fica aberta ao público durante cinco dias. Um dos objetivos do evento também é promover o desenvolvimento regional com atrações musicais, literárias e artísticas.

b) Associação Mulheres Integradas: Desenvolvido na localidade de São José Velho no município de Garruchos/RS, a Associação das Mulheres Integradas é produtora de artigos artesanais e em lã, tratando-se de um projeto que visa contribuir com o desenvolvimento educacional, cultural e econômico da população.

4.2 A responsabilidade social da empresa segundo a percepção dos colaboradores

Respondendo a um dos objetivos específicos deste trabalho faz-se necessária a análise da percepção dos colaboradores relativo aos sete princípios da ISO 26000 conforme os dados apresentados na Tabela 1, e dos temas levantados sobre cultura, valores e comportamento organizacional, e do contexto da responsabilidade social corporativa segundo a Tabela 2.

Tabela 1: Princípios da ISO 26000 na percepção dos colaboradores

| | Discordo Totalmente | Discordo Indiferente | Concordo | Concordo Totalmente |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------|------------------|------------------------|
| Princípio 1: Accountability | | | 11 55% | 9 45% |
| Princípio 2: Transparência | | | 13 65% | 7 35% |
| Princípio 3: Comportamento Ético | | | 6 30% | 14 70% |
| Princípio 4: Respeito pelo interesse das partes interessadas | | | 14 70% | 6 30% |
| Princípio 5: Respeito pelo estado de direito | | | 6 30% | 14 70% |
| Princípio 6: Respeito pelas normas internacionais de comportamento | | | 17 85% | 3 15% |
| Princípio 7: Respeito pelos direitos humanos | | | 11 55% | 9 45% |

Fonte: Dados conforme pesquisa.

Com a finalidade de conhecer a percepção dos colaboradores com relação *accountability*, diagnosticou-se que 55% dos entrevistados concordam que a empresa esteja adotando atitudes condizentes a este princípio, seguidos por 45% que concordam totalmente com a conduta da empresa no que se refere à obrigação desta em responder pelas consequências de suas ações em decorrência das leis, contratos, normatizações de grupos sociais ou de suas convicções (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

Quando questionados quanto ao princípio da transparência, 65% concordam que a empresa está sendo transparente e 35% concordam totalmente. O princípio da transparência é evidenciado pelo fato da empresa anualmente publicar o relatório anual de sustentabilidade com os principais resultados obtidos no ano, bem como as iniciativas socioambientais desenvolvidas, sendo que os temas mais relevantes presentes nos relatórios são definidos a partir do levantamento da opinião dos públicos de relacionamento da empresa, e divulgados com base nas diretrizes da norma AA1000 que busca refletir os impactos econômicos, sociais e ambientais provocados pelas operações da empresa ou que possam influenciar de forma significativa as avaliações e decisões destes públicos (ENDESA BRASIL, 2014).

Em relação ao comportamento ético, a maior parte da amostra, ou seja, 70% concordam totalmente que a empresa tenha comportamento baseado em uma conduta ética, preocupando-

se com os princípios éticos e valores morais (ASHLEY, 2005). O conceito de responsabilidade social corporativa fundamenta-se no comportamento ético e responsável, que busca qualidade nas relações com os *stakeholders* (KARKOTLI, 2008).

O princípio 4 refere-se ao respeito que a empresa demonstra diante do interesse das partes interessadas ao negócio. Frente a esse comportamento, identifica-se que 70% concordam que haja este respeito e atenção com os grupos de interesse do negócio, assumido como uma obrigação moral dos gestores para com os acionistas, balanceando as expectativas dos diversos grupos de interesse para garantir a sobrevivência da empresa no longo prazo (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

O respeito pelo estado de direito, apresentado no princípio 5, aponta que 70% dos entrevistados concordam totalmente que a empresa obedece a supremacia da lei.

A responsabilidade social está vinculada a obrigação da empresa em responder pelas consequências de suas ações em decorrências das leis, cumprindo concomitantemente as responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas, e ao mesmo tempo ser lucrativa e obedecer às leis, submetendo-se as leis sociais do mesmo modo que se sujeita às leis fiscais (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009; TORQUATO, 2002).

O questionamento do princípio 6 propôs interrogar os colaboradores a cerca do respeito por parte da empresa frente as normas internacionais de comportamento e, a maioria dos questionados, correspondente a 85%, afirmaram concordar com a adoção de tratados e acordos internacionais.

Quando questionados se a empresa respeita os direitos humanos demonstra-se que 55% dos colaboradores concordam e 45% concordam totalmente com a afirmativa, reconhecendo a importância dos direitos humanos, onde as atitudes e atividades da organização estão baseadas na preocupação com uma postura ética, promovendo valores e comportando-se dentro dos padrões universais de direitos humanos, contribuindo para o desenvolvimento humano (ASHLEY, 2005).

De modo geral, pode-se observar que os colaboradores percebem que a adoção de um comportamento condizente com as regras de conduta dos princípios da ISO 26000, sendo que não foram apontadas discordâncias e indiferenças por este público. Salientando-se os princípios 3 e 5, sobre comportamento ético e respeito pelo estado de direito, em que houveram as maiores escalas de concordância.

Tabela 2: Cultura, valores, relacionamento interno e comportamento organizacional no contexto da responsabilidade social corporativa na percepção dos colaboradores

| | Discordo Totalmente | Discordo | Indiferente | Concordo | Concordo Totalmente |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------|-------------|----------|------------------------|
| <i>Cultura e Valores Organizacionais</i> | | | | | |
| A responsabilidade social é uma cultura na organização e os colaboradores identificam-se com os valores sociais da organização/ O enraizamento local é visto como um compromisso para o desenvolvimento sustentável | | | | 9 45% | 11 55% |
| <i>Relacionamento Interno</i> | | | | | |
| As práticas de responsabilidade social geram identificação e empatia do colaborador com a organização/ Agrega positivamente nos relacionamentos internos, no clima organizacional e gera motivação | | | | 7 35% | 13 65% |
| <i>Comportamento Organizacional</i> | | | | | |
| O colaborador considera importante que as empresas adotem ações de responsabilidade social e os estimulem a participar, considerando que este é um fator favorável a permanência do mesmo na empresa/ As ações de responsabilidade social estimulam o colaborador a levar as práticas a sua comunidade | | | | 3 15% | 17 85% |

Fonte: Dados conforme pesquisa.

Ao serem questionados sobre cultura, valores, comportamento organizacional, relacionamento interno, e o contexto da responsabilidade social corporativa praticada pela empresa, 55% dos colaboradores concordam totalmente que a responsabilidade social faz parte da cultura da mesma, isto é, uma peculiaridade própria da organização, desenvolvida a partir da atenção por parte da empresa para considerações sociais, e do conhecimento dos problemas externos ao negócio que afetam a comunidade (CHIAVENATO, 2003; KARKOTLI, 2008; TORQUATO, 2002).

Os colaboradores possuem a mesma concordância e identificação com o valor estratégico da empresa que dissemina princípios a partir da relação da empresa com a sociedade, através de valores e atitudes éticas que estejam de acordo com o compromisso do envolvimento da organização na comunidade (ASHLEY, 2005; MELO NETO; FROES, 2001).

Na busca de aprimorar as relações com os *stakeholders*, gerando soluções para os problemas relacionados à comunidade interna da organização, em parte compreendida pelos colaboradores (MELO NETO; FROES, 2001), citam-se benefícios internos a cerca da melhora da qualidade de vida no trabalho e criação de um ambiente de trabalho saudável, bem como: aumento da produtividade, motivação, satisfação, autoestima, sentimento de orgulho e respeito dos colaboradores, e comprometimento e lealdade pela identificação com a empresa (ASHLEY, 2005; KROETZ, 2009; MELO NETO; FROES, 2001, 2002; TINOCO, 2006; VELLANI, 2011).

Diante disto, percebe-se que todos os colaboradores estão de acordo os valores agregados ao ambiente interno da empresa ocasionados pela adoção da responsabilidade social, sendo que a maior parte deles, ou seja, 65% concordam totalmente com os benefícios nas relações organizacionais.

Os colaboradores, compreendidos como parte dos diferentes grupos de interesse da organização, são beneficiados de diversas formas pela adoção de um comportamento socialmente responsável pela organização. Considerando ainda, a qualidade das relações e a confiança que a responsabilidade social pode gerar aos *stakeholders*, contribuindo diretamente no desempenho da empresa (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009; CHIAVENATO, 2010; KARKOTLI, 2008).

Uma das afirmativas em que se observou a maior concordância por parte do público interno, refere-se ao estímulo e influência que a empresa exerce sobre seus colaboradores ao praticar a responsabilidade social e ao proporcionar que estes participem das ações junto com a empresa. Sendo que, 85% dos entrevistados concordam totalmente que as ações de responsabilidade social praticadas pela organização influenciam no comportamento e nas atitudes dos colaboradores, como forma de satisfazer as necessidades intrínsecas do ser humano (KANAANE, 1994).

4.3 A Responsabilidade social da empresa segundo a percepção dos públicos externos dos municípios de Garruchos/RS e São Luiz Gonzaga/RS

Para alcançar o objetivo principal deste trabalho faz-se necessária a análise da percepção dos públicos externos em relação aos sete princípios da ISO 26000 conforme os dados apresentados na Tabela 3.

Tabela 3: Princípios da ISO 26000 na percepção do público externo

| | | Discordo Totalmente | Discordo | Indiferente | Concordo | Concordo Totalmente |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------|----------|------------------|------------------|------------------------|
| Princípio 1: Accountability | Garruchos/RS | | 2 10% | 9 43% | 10 48% | |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | | 8 50% | 8 50% |
| Princípio 2: Transparência | Garruchos/RS | | 1 5% | 3 14% | 16 76% | 1 5% |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | 1 6% | 9 56% | 6 38% |
| Princípio 3: Comportamento Ético | Garruchos/RS | | 1 5% | 1 5% | 17 81% | 2 10% |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | | 7 44% | 9 56% |
| Princípio 4: Respeito pelo interesse das partes interessadas | Garruchos/RS | | | 4 19% | 16 76% | 1 5% |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | 1 6% | 10 63% | 5 31% |
| Princípio 5: Respeito pelo estado de direito | Garruchos/RS | | 2 10% | 5 24% | 8 38% | 6 29% |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | 1 6% | 8 50% | 7 44% |
| Princípio 6: Respeito pelas normas internacionais de comportamento | Garruchos/RS | | 2 10% | 13 62% | 6 29% | |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | 1 6% | 10 63% | 5 31% |
| Princípio 7: Respeito pelos direitos humanos | Garruchos/RS | | | 7 33% | 13 62% | 1 5% |
| | São Luiz Gonzaga/RS | | | | 9 56% | 7 44% |

Fonte: Dados conforme pesquisa.

Quando questionados com relação ao primeiro princípio da ISO 26000 a cerca da responsabilização da empresa frente à consequência de suas ações e decisões, 48% do público externo de Garruchos/RS concorda que a empresa esteja cumprindo o exposto no princípio e 50% concordam totalmente em São Luiz Gonzaga/RS.

Entretanto, percebe-se que em Garruchos/RS o número de pessoas que discordam e estão indiferentes a este princípio é maior frente aos concordantes, sendo possível identificar a

existência de um baixo percentual de insatisfação, mas alto índice de pessoas indiferentes por parte deste público.

Segundo a percepção das três amostras estudadas, a empresa está em conformidade com o princípio da *accountability*, responsabilizando-se pelas suas ações e assumindo obrigações de caráter moral, que sirvam tanto aos seus interesses quanto aos interesses dos diferentes públicos envolvidos e, buscando alternativas que minimizem o impacto que podem gerar na comunidade, desenvolvendo atividades de exploração socialmente responsáveis (ASHLEY, 2005; CHIAVENATO, 2010; KANAANE, 1994; KROETZ, 2009).

No princípio 2 sobre a transparência das atividades e fornecimento de informações, ambos municípios concordam que a empresa esteja sendo transparente. Contudo, em Garruchos/RS mostram-se índices de pessoas indiferentes (14%) e que discordam (5%) que a empresa esteja adotando essas premissas, oposto a percepção de São Luiz Gonzaga/RS, em que os maiores índices (56% e 38%) estão somente em escala de concordância ao princípio.

O comportamento ético tratado no princípio 3 baseado nas atitudes das organizações através de valores de honestidade, equidade e integridade (ISO 26000), é percebido por 81% do público externo de Garruchos/RS e 56% de São Luiz Gonzaga/RS que concordam totalmente que esta esteja atuando de acordo com o princípio.

Quando questionados a cerca do respeito pelo interesse das partes interessadas, mencionado no princípio 4, os dois municípios concordam que a empresa considera os interesses das pessoas ou grupos interessados ou afetados pela empresa (ISO 26000), bem como mostram índices de plena concordância e de indiferença. Em Garruchos/RS, demonstrou-se o maior percentual de pessoas indiferentes, ou seja, 19%.

Quando questionados sobre o cumprimento das leis e normas do local de operação, em Garruchos/RS, 38% dos respondentes disseram concordar com o respeito pelo estado de direito, havendo 24% que se disseram indiferente e 10% que discordaram. Em São Luiz Gonzaga/RS, 50% concordam, seguido de 44% que concordam totalmente e apenas 6% que estão indiferentes, não havendo discordância.

No que diz respeito ao cumprimento dos tratados e acordos internacionais favoráveis a responsabilidade social, princípio 6, observam-se percentuais próximos aos já apresentados na tabela anterior. Contudo, há maior discrepância em Garruchos/RS, pois a maioria dos respondentes, isto é, 62%, se disseram indiferentes e nenhum deles possui total concordância com a afirmativa. Em São Luiz Gonzaga/RS houve maior semelhança, com 63% dos respondentes concordando com o princípio.

No último princípio exposto, relativo ao respeito pelos direitos humanos, percebe-se que prevalecem os percentuais de pessoas que estão indiferentes ou que dizem discordar no município de Garruchos/RS. Neste caso, apresentam-se 62% de concordância, entretanto, obtém-se 33% de indiferença. Em São Luiz Gonzaga/RS, 56% e 44% estão em concordância.

Deste modo, aponta-se que mesmo a empresa mesmo estando alocado neste município, o público entrevistado percebe menos as atitudes da empresa em relação ao cumprimento dos sete princípios, inclusive com a existência de índices de discordância em alguns princípios. O município de São Luiz Gonzaga/RS tem percebido mais evidentemente que a mesma vem a cumprir com tais princípios.

Tabela 4: Contexto geral da responsabilidade social praticada pela empresa segundo a percepção do público externo.

| | | Discordo Totalmente | Discordo | Indiferente | Concordo | Concordo Totalmente |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------------|----------|-------------|----------|------------------------|
| Organização socialmente responsável/ Compromissada com o desenvolvimento econômico, geração de renda e empregos, e principalmente com os interesses da população do entorno | Garruchos/RS | 2 | 2 | 4 | 9 | 4 |
| | | 10% | 10% | 19% | 43% | 19% |
| | São Luiz | | | | 4 | 12 |
| | Gonzaga/RS | | | | 25% | 75% |
| Principal apoiadora de projetos sociais em educação, lazer, cultura e desenvolvimento econômico da região/ A imagem da organização reflete a responsabilidade que assume com a comunidade, agregando valor através dos projetos que realiza | Garruchos/RS | | 3 | 2 | 11 | 5 |
| | | | 14% | 10% | 52% | 24% |
| | São Luiz | | | | 4 | 12 |
| | Gonzaga/RS | | | | 25% | 75% |

Fonte: Dados conforme pesquisa.

A responsabilidade social corporativa fundamenta-se na obrigação de considerar o interesse das partes interessadas na gestão da organização, respondendo pelas consequências de suas ações, assim como atendendo as expectativas da sociedade. Pautada em assumir obrigações de caráter moral, que melhorem o bem-estar da comunidade onde atuam, tornando-se promotoras do desenvolvimento local e regional (ASHLEY, 2005; BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009; CHIAVENATO, 2010; KROETZ, 2009; MELO NETO; FROES, 2001).

Os respondentes quando questionados sobre o contexto geral da responsabilidade social praticada pela empresa conforme a Tabela 4, 43% do público externo do município de Garruchos/RS, ou seja, a maioria dos participantes concorda, e 19% possuem plena certeza que a empresa é percebida como uma organização socialmente responsável e esteja adotando medidas que considerem os interesses da população e promovam o desenvolvimento da comunidade. Contudo, 10% discordam totalmente, assim como em igual proporção apenas discordam, e 19% percebem-se indiferentes frente a este contexto.

Em São Luiz Gonzaga/RS, 75% dos pesquisados concordam totalmente com a adoção plena das práticas sociais da empresa, e 25% concordam que essa premissa esteja sendo cumprida.

Sendo assim, observa-se que as maiores proporções nos dois municípios concordam que a empresa é promotora da criação de empregos e geração de renda para suas comunidades, visto que, esta é uma das maneiras de aumentar a renda da população e um dos fundamentos da responsabilidade social (MELO NETO; FROES, 2001; TINOCO, 2006).

Evidencia-se que os dois municípios percebem a empresa compromissada com os principais fundamentos da responsabilidade social corporativa. E, pela adoção de projetos sociais próprios, através de ações diretas sobre a comunidade, o retorno de imagem é maior, pois parte de uma relação mais próxima com a comunidade, fortalecendo os laços entre as partes (MELO NETO; FROES, 2001).

Em São Luiz Gonzaga/RS, apresentaram-se percentuais iguais de 75% com total concordância, o que demonstra que neste município a imagem socialmente responsável da empresa está consolidada. Em Garruchos/RS, também se mantiveram valores próximos em concordância, em discordância e indiferença, predominando o aumento para 52% de público que concorda que a empresa esteja agregando valor ao município.

Ao ter possibilitado que os entrevistados pudessem opinar a respeito das áreas que consideravam de maior relevância para o desenvolvimento dos projetos, observou-se que nos dois municípios a geração de renda possui maior importância, sendo citada por doze respondentes de Garruchos/RS e por nove de São Luiz Gonzaga/RS, seguido pela educação, lazer, saúde, assistência social, cultura e meio ambiente com uma menção.

Em Garruchos/RS, foi mencionado que os projetos em geral tivessem uma abrangência maior na população, e que o lazer fosse direcionado para jovens e crianças. E na área de educação, foi citada a formação de mão de obra para jovens e adultos. Isso ocorre respectivamente, pela precariedade de áreas de lazer e pelos cursos técnicos e preparatórios localizarem-se a 90 km de distância do município.

Quando questionados se usufruem dos projetos que a empresa já realizou, a maioria respondeu positivamente, sendo nove citações correspondentes a 43% em Garruchos e oito em São Luiz Gonzaga equivalentes a 50% do total dos pesquisados. Em Garruchos/RS, 28% disse não usufruir, o que é comprovado pelo fato de sugerirem que os projetos abranjam um maior número de pessoas, como mencionado anteriormente.

5 CONCLUSÃO

Ao ter levantados os projetos e ações sociais desenvolvidas pela empresa, buscou-se mostrar o comprometimento com o enraizamento local e o desenvolvimento das comunidades do entorno de onde a empresa realiza suas atividades. Os projetos e ações sociais são definidos a partir das avaliações de pedidos e projetos recebidos pela comunidade e pelos públicos de interesse, selecionados de modo que estejam alinhados com a política da empresa e atendam às necessidades da comunidade. Compreendendo assim, que a empresa está alinhada aos principais fundamentos teóricos levantados a cerca da responsabilidade social assumida pelas organizações.

A análise da percepção dos colaboradores referente à responsabilidade social assumida pela empresa demonstrou que este público compreende positivamente e com clareza as práticas sociais desenvolvidas, bem como, o impacto benéfico no comportamento, na cultura, nos valores e no relacionamento interno difundidos na organização. Na análise correspondente à norma ISO 26000, os resultados mantiveram-se satisfatórios com relação ao cumprimento da norma, os colaboradores consideraram que a empresa mantém sua conduta e valores alinhados aos sete princípios presentes na ISO 26000.

Os colaboradores podem transmitir uma percepção relevante para alcançar o objetivo geral deste trabalho, uma vez que vivenciam diariamente a realidade do funcionamento da organização, tornando pleno o alcance de resultados positivos com relação à atuação da empresa diante dos princípios da ISO 26000 e do contexto da responsabilidade social corporativa.

O público externo de Garruchos/RS revelou discordância e/ou indiferença em todas as afirmativas apresentadas no questionário, entretanto, prevalece à percepção favorável quanto ao cumprimento dos princípios da ISO 26000 e da responsabilidade da empresa quanto ao desenvolvimento da comunidade local. Em contraponto, em São Luiz Gonzaga/RS prevaleceram percepções mais promissoras, com predominância de considerações favoráveis ao comportamento da empresa de acordo com a norma ISO 26000 e a responsabilidade social praticada pela mesma.

Ao comparar as percepções dos públicos estudados é possível concluir que ambos possuem percepções favoráveis que a empresa tem aplicado em suas políticas, tomadas de decisão e atividades os sete princípios da ISO 26000, bem como, que esta tem desempenhado papel importante no desenvolvimento local e no fomento da cultura destes municípios. Salienta-se ainda, que os respondentes nos dois municípios têm usufruído dos projetos e ações executadas pela empresa.

Em função das indiferenças e discordâncias no município de Garruchos/RS, recomenda-se que a empresa destine maior atenção a este público, a fim de compreender os motivos que levam a não visualização dos empenhos da empresa diante da efetividade dos princípios da ISO 26000 e da responsabilidade social, contrário ao público de São Luiz Gonzaga/RS que demonstra maior percepção deste comprometimento.

Em São Luiz Gonzaga/RS são divulgados os projetos que a empresa apoia através da imprensa, por meio do jornal local e das rádios, os quais também são parceiros da empresa na realização de projetos, este pode ser um motivo que leve a população a acompanhar a participação da empresa no desenvolvimento do município. O município de Garruchos/RS não possui jornal local, sendo assim, o meio de divulgação poderia dar-se através da única rádio instalada, buscando estreitar o vínculo com a comunidade, apresentando as ações, bem como fomentar a divulgação dos valores, da política e dos compromissos da empresa.

Recomenda-se ainda, que a empresa aplique a certificação internacional SA 8000 (2008), uma vez que já possui condutas adequadas ao cumprimento da ISO 26000, bem como divulga os relatórios anuais de sustentabilidade conforme as diretrizes da norma AA1000, utiliza indicadores baseados no Instituto Ethos e no padrão Global Reporting Initiative (GRI). Igualmente é signatária ao Pacto Global e os dez princípios relacionados a direitos humanos, direitos do trabalho, meio ambiente e anticorrupção desta iniciativa.

A SA 8000 é uma norma internacional direcionada ao público interno, desenvolvida com base nas normas da Organização Internacional do Trabalho, da Declaração Universal dos Direitos Humanos e da Declaração Universal dos Direitos da Criança da Organização das Nações Unidas.

Este trabalho vem a contribuir com a empresa no sentido de disponibilizar informações do desempenho social frente à opinião dos públicos externos e interno, permitindo assim que esta obtenha informações para planejar e adequar os projetos e ações sociais. Atualmente a empresa se encontra na posição de principal organização privada apoiadora dos projetos sociais nos dois municípios, buscando suprir a demanda pela falta de formação em cultura e educação nestes locais.

O estudo oportuniza esta adotar a ISO 26000 como base de sua gestão de responsabilidade social, orientando e fornecendo recomendações para aprimorar as práticas, visto que já vem comportando-se dentro dos padrões propostos pela norma.

Os municípios de Garruchos/RS e São Luiz Gonzaga/RS beneficiam-se na perspectiva de poder mostrar suas opiniões diante do que a empresa vem executando na área da responsabilidade social, concedendo a empresa a oportunidade de melhorar o relacionamento com estes locais a partir das considerações levantadas por estes públicos.

Para o meio acadêmico, este trabalho contribui para novos estudos sobre a responsabilidade social diante de um contexto geral e do âmbito empresarial, auxiliando ainda na aplicação da gestão da responsabilidade social pela ISO 26000.

As limitações do estudo no que se refere ao tamanho da amostra, com os formadores de opinião de cada município buscou-se levantar suas percepções como atuantes nos projetos sociais e como acompanhantes do trabalho da empresa na área, do mesmo modo, como uma amostra que mantém contato direto com a comunidade e poderão transmitir o ponto de vista dos mesmos. Quanto a amostra de colaboradores, devido ao fato da empresa adotar escalas por turnos de trabalho e ter colaboradores alocados em outras unidades operacionais, o quadro de participantes ativos nas ações sociais é menor, o que fez com que os questionários fossem direcionados aos colaboradores mais atuantes.

6 REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BDO RCS AUDITORES INDEPENDENTES. **4º Estudo de Sustentabilidade: o panorama do mercado em relação à estratégia de negócio e relacionamento com os principais**

- stakeholders 2013.** Coordenação: Muro Ambrósio. [2013]. Disponível em: <http://www.bdobrazil.com.br/pt/PDFs/Estudos_Zipados/estudo_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7ª ed. Ver. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- _____. **Administração nos novos tempos.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- ENDESA BRASIL. **Relatório Anual de Sustentabilidade 2013.** [2014]. Disponível em: <http://endesabrasilra.com.br/2013/pdf/END_2013_RA_web.pdf>. Acesso em: 18 set. 2014.
- ENEL BRASIL. **Relatório Anual de Sustentabilidade Enel Brasil 2014.** [2013]. Disponível em: <http://enel-ra.com.br/2014/wp-content/uploads/2015/08/END_2014_RA.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2015.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2010:** resultados da amostra – rendimento. Brasil, 2010. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=43&search=rio-grande-do-sul>>. Acesso em: 15 set. 2014.
- KANAANE, Roberto. **Comportamento Humano nas organizações:** o homem rumo ao século XXI. São Paulo: Atlas, 1994.
- KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social:** uma contribuição à gestão transformadora das organizações. 3ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Responsabilidade social e ambiental.** Ijuí: Ed. Unijuí, 2009. 82 p., il. (Coleção Educação à distância. Série livro-texto).
- LEÃO, Manuel. **A Responsabilidade Social da Empresa e a Formação.** Portugal: PRONACI, AEP, 2003.
- MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa:** O caso brasileiro. Da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social. 1ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- _____. **Responsabilidade social e cidadania empresarial:** A administração do terceiro setor. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DE NORMALIZAÇÃO ISO 26000. **ABNT NRB ISO 26000 Diretrizes sobre responsabilidade social.** Genebra, CH, 2010. Disponível em: <[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/\[field_generico_imagens-filefield-description\]_65.pdf](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/[field_generico_imagens-filefield-description]_65.pdf)>. Acesso em: 01 ago. 2014.
- SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL SAI SA 8000. **Responsabilidade social 8000.** 2008. Disponível em: <<http://www.cpfl.com.br/institucional/fornecedores/Documents/Norma-Responsabilidade-Social-SA8000.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2015.
- TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social:** uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação e imagem:** fundamentos da nova empresa. 1ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- VELLANI, Cassio Luiz. **Contabilidade e responsabilidade social:** integrando desempenho econômico, social e ecológico. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.