

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO
ESPÍRITO SANTO – POLO VARGEM ALTA

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* ESPECIALIZAÇÃO EM
GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ESTRATÉGIA PARA SUPRIR AS
DEMANDAS SOCIAIS**

SOCIAL RESPONSIBILITY: A STRATEGY TO MEET THE DEMAND SOCIAL

FAGUNDES, Aline Juriatto (1), FAGUNDES, Rosaly de Fátima Juriatto (2), VENERANO,
Adauto Beato (3)

(1) Autor. Especialista em Marketing. Bacharel em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda. Centro de Educação a Distância – CEAD. Instituto Federal do Espírito Santo – IFES, Polo Vargem Alta. *Email*: juriattoaline@gmail.com.

(2) Autor. Graduada em Administração. *E-mail*: rosalyjuriatto@gmail.com.

(3) Professor Orientador. Mestre em Planejamento Regional e Gestão de Cidades. Orientador Pós Graduação Latu Sensu em Gestão Pública Municipal. CEAD / IFES. *Email*: adautobv@gmail.com.

Resumo

O artigo que segue tem como objetivo analisar a importância da Responsabilidade Social e os projetos desenvolvidos pelas empresas privadas. Nesse sentido, podemos afirmar que esse “auxílio” da sociedade em relação aos mais necessitados ocorre porque o Estado não consegue suprir a todas as demandas sociais de forma satisfatória. Com isso, há incentivos fiscais do governo para que as empresas tenham benefícios em desenvolver essas atividades. A metodologia aplicada foi a pesquisa bibliográfica, com análise das opiniões de alguns autores sobre o tema.

Palavras-chave: RESPONSABILIDADE SOCIAL; ÉTICA; DEMANDAS SOCIAIS.

Abstract

The article aims to analyze the importance of Social Responsibility and the projects developed by private companies. In this sense we can say that this "aid" of society in relation to the needy because the state can not meet all social needs satisfactorily. Thus, there is government tax incentives for companies to develop these benefits have activities. The methodology was applied to literature, with analysis of the opinions of some authors on the subject.

Keywords: *SOCIAL RESPONSIBILITY; ETHICS; SOCIAL DEMANDS.*

1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social é um tema amplamente abordado tanto pelos gestores públicos quanto pelos privados. Esse assunto é extremamente importante principalmente pelo fato de que todos nós cidadãos temos participação nesse processo.

O objetivo deste artigo é defender a importância dos projetos sociais desenvolvidos pela sociedade organizada para atender às demandas sociais que não são solucionadas pelo Estado. Esse fato está ligado diretamente com a realidade de que o poder público tem responsabilidade em suprir as necessidades básicas dos cidadãos e muitas vezes não existe esse atendimento de forma plena.

Lakatos e Marconi (2003, p. 158) definem que a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados ao tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informação, podendo até orientar indagações.

A metodologia utilizada para a construção desse artigo é a pesquisa bibliográfica, com a discussão do tema proposto por diversos autores, levando em consideração as opiniões e aplicações quanto à situação em questão, além de destacar a relevância dessa temática para a sociedade e o terceiro setor.

Este artigo foi dividido em três partes, para que os assuntos possam ser trabalhados de forma mais objetiva. Num primeiro momento, temos a definição do termo Responsabilidade Social e suas implicações. Também trabalharemos com a Responsabilidade Social Empresarial, seu papel na sociedade e a importância de desenvolver projetos sociais, além é claro do envolvimento necessário por parte dos colaboradores da empresa para que as ações sejam realizadas com a participação de todos.

Outra abordagem imprescindível é sobre o papel do Estado em desenvolver as ações sociais para atender às demandas da população mais carente dos municípios, dos estados e do país, este com recursos do Governo Federal. Também precisamos entender o papel dos cidadãos em conhecer as ações que estão sendo executadas pelo poder público. Para que isso aconteça, há as leis específicas que os gestores públicos precisam cumprir e com isso existir a “transparência” de suas ações, ou seja, para que a sociedade tenha pleno conhecimento do que está sendo executado com as verbas públicas.

Estamos vivendo um processo de mudanças na sociedade, em que temos os cidadãos mais participativos e os gestores públicos mais conscientes do cumprimento de suas obrigações frente a gestão e utilização de verbas públicas, tendo que arcar com as responsabilidades de seus atos referentes às decisões quanto aos projetos a serem implantados à população.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade Social

Responsabilidade Social é um tema de grande discussão e que há necessidade de claro entendimento. Para tornar a definição um pouco mais clara, podemos citar que de acordo com Ashley (2003, p. 05) a Responsabilidade Social pode significar:

“Para alguns representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros é um dever fiduciário, que impõe às empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio. Há os que a traduzem, de acordo com o avanço das discussões, como prática social, papel social e função social. Outros a veem associada ao comportamento eticamente responsável ou a uma contribuição caridosa”.

Patrícia Ashley define então que o termo Responsabilidade Social pode causar diversidade de entendimento e por isso citaremos abaixo a opinião de alguns autores sobre o assunto, reforçando a definição da autora.

Conforme a opinião de Votaw (1975) citado por Duarte e Dias (1986, p. 55) apud Ashley (2003, p. 07), a Responsabilidade Social:

“significa algo, mas nem sempre a mesma coisa, para todos. Para alguns, ela representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, significa um comportamento responsável no sentido ético; para outros, ainda, o significado transmitido é o de responsável por, num modo causal. Muitos simplesmente equiparam-na pelo sentido de socialmente consciente.”

Jaramilho e Ángel (1996, p. 60) apud Ashley (2003, p. 07) define que “Responsabilidade Social pode ser também o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral”.

Após as diversas definições citadas acima, podemos concluir sobre o assunto que Ashley (2003, p. 06) nos ensina sobre a Responsabilidade Social

“pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente em coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.”

Esse compromisso, portanto, é firmado através de projetos desenvolvidos pelas organizações privadas para, em princípio, atender à comunidade próxima à empresa. Desenvolver projetos de cunho social é uma forma de mostrar que a empresa está preocupada com a situação da comunidade que a cerca e contribuir para a melhoria da qualidade de vida dessas pessoas.

Seria uma forma de “retribuir para a sociedade” os lucros com as vendas de produtos ou prestação de serviço.

2.2 Responsabilidade Social Empresarial

Vivemos em um mercado concorrido e que as empresas precisam buscar cada vez mais estreitar seus laços com os clientes e, conseqüentemente, buscam diferenciais competitivos para que isso aconteça efetivamente. A Responsabilidade social é vista por grande parte dos gestores como uma estratégia para potencializar o desenvolvimento da empresa e aumento da lucratividade. Essa estratégia é aplicada tanto com os clientes, quanto com os *stakeholders*, que podem ser definidos como todos aqueles que estão envolvidos de alguma forma com os processos realizados pela empresa. Podemos citar como *stakeholders* os colaboradores, acionistas, clientes e sindicatos.

“Cada vez mais se percebe empresas privadas procurando atuar como agentes de desenvolvimento. Além de vender bens e serviços, preocupam-se em mostrar responsabilidade pelo contexto social e ambiental em que realizam suas atividades, mantendo um bom relacionamento com os seus stakeholders.” (GOLDSTEIN, 2007, p.7)

O balanço social é um instrumento muito importante de apresentação de resultados aos *stakeholders*, utilizado para publicar as ações que estão sendo realizadas pela empresa quanto à responsabilidade social. É uma forma de deixar claro para a sociedade que a empresa tem como objetivo o lucro, mas também uma preocupação e um compromisso com o atendimento às demandas sociais.

A publicação do balanço social, por parte das empresas, serve principalmente para o atendimento das demandas dos *stakeholders*, objetivando uma melhoria de imagem. (OLIVEIRA, 2008, p. 179). Essa imagem positiva junto aos *stakeholders* é imprescindível, pois são eles que serão propagadores dessa mensagem positiva diante do mercado, tendo como objetivo a valorização contínua da marca.

A intenção é a criação de valores sociais, que traduzam as crenças relacionadas com a Gestão e com a Responsabilidade Social, que permeiam a cultura da organização, comparando traços marcantes que identificam a empresa perante seus *stakeholders*. (ZARPELON, 2006, p. 80).

Isso porque a imagem positiva no mercado deve ser mantida continuamente. Estamos em uma situação de mercado em que os consumidores estão mais informados e conscientes ao realizar suas compras. Com isso, por uma questão moral e ética, eles vão preferir adquirir produtos de uma empresa que tenha algum tipo de ação voltada para o bem estar da sociedade.

Conseqüentemente, o cliente se sente membro dessas ações, em que a compra está diretamente relacionada com a responsabilidade social. Ou seja, os clientes deduzem que ao preferir comprar os produtos de empresas que desenvolvem algum tipo de ação social estão fazendo parte desse processo e sentem-se úteis no auxílio ao próximo. Esse tipo de situação

também ocorre em relação às ações de proteção ao meio ambiente, pois as consequências da destruição ambiente serão para todos e não apenas para as empresas que causam poluição.

Relacionado a esse pensamento dos clientes temos um paradigma entre “comércio” e “benfeitorias” realizadas às pessoas através de projetos sociais.

“A questão da responsabilidade social empresarial é tema recente, polêmico e dinâmico, envolvendo desde a geração de lucros pelos empresários, em visão bastante simplificada, até a implementação de ações sociais no plano de negócios das companhias, em contexto abrangente e complexo.” (TENÓRIO, 2006, p. 13).

Com isso, podemos realizar uma reflexão: será que os gestores realizam essas ações por querem ajudar ao próximo ou apenas pelos incentivos oferecidos pelo governo?

De acordo com a Lei 9.249/2005, Artigo 13, inciso 2 “poderão ser deduzidas as doações, até o limite de dois por cento do lucro operacional da pessoa jurídica”. A partir da criação dessa Lei, as empresas puderam reverter suas benfeitorias em lucratividade, já que há o incentivo fiscal para esse fim.

Contudo, esse assunto permeia também por uma questão de ética, devendo ser tratada de forma transparente e verdadeira. Goldstein (2007, p. 62) nos diz que “Falar em ética implica uma forma de conduta transparente, norteadas por princípios e valores claros, na qual discurso e prática estejam em sintonia”.

Os gestores devem ter um pensamento, ao desenvolver um projeto de auxílio social, em ajudar pessoas, em desempenhar seu papel de colaboração com a sociedade, não apenas na lucratividade gerada através de benefícios fiscais e imagem positiva com os clientes. Cabe, nesse caso, uma mudança de comportamento, para promover o bem ao próximo.

A sociedade também vai ter seu papel nessa situação, tendo um posicionamento de exigir que os gestores realmente ajudem ao próximo “com o coração”.

Oliveira (2008, p. 27 e 28) concorda ao afirmar que

“todas as tendências provenientes de movimentos da sociedade civil, governos e empresas aumentaram a responsabilidade social para as dimensões ética, social, econômica, política, havendo uma gradual incorporação de outras nas suas linhas de atuação”.

Para que o processo de responsabilidade social aconteça de forma efetiva nas organizações:

“O exercício da Responsabilidade Social Corporativa compreende desde o acompanhamento e avaliação dos princípios e valores adotados pela empresa, passando por monitoramento da política da responsabilidade social corporativa utilizada, até se o fornecedor cumpre com suas obrigações trabalhistas”. (NETO; FROES, 2004, p. 197)

Neto e Froes (2004, p. 39), nos ensinam sobre as visões da responsabilidade social empresarial:

- A) Como um conjunto de valores.
- B) Como atitude e comportamento empresarial ético e responsável.
- C) Como exercício da capacitação profissional.
- D) Como estratégia de integração social.
- E) Como exercício da consciência ecológica.
- F) Como promotora da cidadania individual e coletiva.
- G) Como estratégia social de inserção na comunidade.
- H) Como estratégia de valorização dos produtos/serviços.
- I) Como estratégia de recursos humanos.
- J) Como estratégia de valorização das ações da empresa (agregação de valor).
- K) Como estratégia de marketing institucional.
- L) Como estratégia de relacionamento.
- M) Como postura estratégica empresarial.

A partir disso, o gestor tem condições de definir qual será a visão principal de sua empresa em relação à responsabilidade social, sem deixar de analisar as demais formas de abordagem que também são importantes, citadas acima pelos autores como, por exemplo, “cidadania individual e coletiva” e “estratégia de recursos humanos”.

Outro fator indispensável é o humano, com relação aos colaboradores. Eles também precisam estar conectados aos projetos desenvolvidos pelas organizações. Afinal, eles fazem parte de uma estrutura, desempenhando papéis importantes também nos projetos sociais.

“O termo colaborador só pode ser utilizado pelas organizações que buscarem entender os anseios, as necessidades e as motivações do seu corpo de funcionários, para que estes venham a desempenhar um novo papel, como parceiros de negócio”.
(ZARPELON, 2006, p. 50)

Portanto, os colaboradores precisam estar integrados com os objetivos da empresa, atuando em parceria e empenhados em desenvolver seu papel adequadamente. As organizações possuem diversos instrumentos da gestão utilizados para promover essa integração empresa e colaboradores tais como a Cultura Organizacional e os Valores. Difundir esses princípios norteadores fomenta princípios e comportamentos dos colaboradores conforme os objetivos organizacionais. Assim, conquistar o sucesso do trabalho em equipe será mais fácil.

Os gestores modernos estão cada vez mais desenvolvendo projetos de cunho social com o objetivo de ajudar aqueles que estão passando por alguma dificuldade e não tem ajuda suficiente do governo para que os problemas sejam sanados. Ou seja, existem as demandas sociais, mas o Estado não tem condições de supri-las adequadamente.

2.3 Responsabilidade Social do Poder Público

O Controle Social pode ser definido como o controle que será exercido sobre a sociedade pelo Governo (poder público). Esse controle pode ocorrer tanto em relação às ações da sociedade

(como por exemplo, o poder de polícia que o Estado possui), quanto pelo controle das verbas públicas e em que projetos elas serão empregadas.

Em 1988 foi criada a Constituição Federal, conhecida também como Constituição Democrática, em que os cidadãos foram contemplados com vários benefícios e estes são de responsabilidade do Estado em ofertar à população. O Artigo 6º define:

“Art. 6. São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição.”
(PRESIDENCIA DA REPÚBLICA, 1988)

Parte-se do pressuposto que o Estado deve cumprir essa Lei e ofertar a todos os cidadãos brasileiros condições básicas para ter uma vida digna e adequada. Mas a situação de nosso país é um pouco diferente, visto que muitos cidadãos, principalmente aqueles que compõem as classes sociais mais baixas não tem pleno acesso a esse direito. Ao perceber esse fato, muitas empresas e a sociedade civil organizada tem desenvolvido projetos sociais para atender a essas demandas que o Estado não consegue alcançar.

Para reforçar esse conceito, podemos definir as políticas públicas desenvolvidas pelo governo como ações que tem como objetivo solucionar os problemas que a sociedade enfrenta e promovendo assim o bem-estar social contemplado pela Constituição de 1988, já citada acima.

Portanto, o Estado é o executor das políticas públicas, ou seja, é ele que vai determinar quais serão os projetos desenvolvidos pela gestão pública para atender às demandas da sociedade em geral tendo como principal foco a promoção da melhoria contínua da vida dos cidadãos.

Além do “dever do Estado” estabelecido em Constituição Federal de ter o controle sobre as ações sociais, o controle também vai ocorrer dentro da esfera de execução de ações do governo. A Constituição Federal determina, em seu Artigo 70:

“Art. 70. A fiscalização contábil, financeira, orçamentária, operacional e patrimonial da União e das entidades da administração direta e indireta, quanto à legalidade, legitimidade, economicidade, aplicação das subvenções e renúncia de receitas, será exercida pelo Congresso Nacional, mediante controle externo, e pelo sistema de controle interno de cada Poder.” (PRESIDENCIA DA REPÚBLICA, 1988)

Portanto, o poder público tem o dever de fiscalizar todas as ações e se estão sendo executadas com legitimidade. Outra instituição que auxilia o Governo na fiscalização é o Tribunal de Contas da União e suas atribuições nessa função fiscalizadora estão estabelecidas também na Constituição Federal, no Artigo 71.

Também temos outro instrumento de fiscalização em relação às finanças públicas, especificamente as normas para a Gestão Fiscal, que são estabelecidas pela Lei Complementar

nº 101, de 04 de maio de 2000. Essa Lei é amparada pelo Capítulo II do Título VI da Constituição.

Essa Lei gerou a obrigação de haver transparência sobre os documentos públicos, conforme o Artigo 48:

“Art. 48. São instrumentos de transparência da gestão fiscal, aos quais será dada ampla divulgação, inclusive em meios eletrônicos de acesso público: os planos, orçamentos e leis de diretrizes orçamentárias; as prestações de contas e o respectivo parecer prévio; o Relatório Resumido da Execução Orçamentária e o Relatório de Gestão Fiscal; e as versões simplificadas desses documentos.” (PRESIDENCIA DA REPÚBLICA, 1988)

Com essa Lei, todos os cidadãos têm direito de conhecer os principais documentos definidos pela gestão como o Plano Plurianual, sabendo quais os projetos que estão sendo desenvolvidos pelo poder municipal, por exemplo, quais são as obras que vão ser executadas no município. Com isso, a população tem conhecimento sobre a situação de seu município, sabendo onde estão sendo empregadas as verbas públicas, provenientes dos impostos pagos.

Também há obrigatoriedade por parte dos gestores públicos em divulgar todas as informações pertinentes aos gastos públicos em plataformas de comunicação como, por exemplo, os sites de “Portal da Transparência”. Além disso, há as prestações de contas mensais e anuais que devem ser encaminhadas aos Tribunais de Contas dos Estados, por exemplo, que fiscalizam as ações dos gestores municipais e tem o poder de aprovar ou reprovar os dados enviados.

Dessa forma, a população tem a oportunidade de fiscalizar as ações que estão sendo executadas pelo poder público municipal. Mas para que essa ação fiscalizadora ocorra por parte da sociedade é necessário uma mudança de pensamento e conscientização de que é direito de todos saber o que está sendo realizado pelo poder público, quais ações estão sendo executadas para benefício da sociedade. Assim, teremos a população mais participativa e com pleno conhecimento quanto aos seus direitos e deveres de cidadãos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social é um tema cada vez mais presente em nossas vidas e é de extrema importância que seja revisto e valorizado. Essa responsabilidade acontece em duas esferas distintas: primeiro no papel do Estado em promover as políticas públicas para atender às necessidades da população e das empresas em seu papel de promover benfeitorias à população que cerca suas organizações.

Além do Estado e das Empresas Privadas também temos a sociedade envolvida no processo. Os gestores públicos que tem a responsabilidade em desenvolver o que há de melhor para a população, através de políticas públicas e do cumprimento de suas obrigações, além é claro da

prestação de contas à sociedade do que está sendo executado. O foco dos gestores públicos deve ser sempre promover o que a população precisa realmente e não para agradar a alguns segmentos da sociedade. A Gestão Pública deve sempre beneficiar a todos e não a grupos específicos.

Outro papel está relacionado aos gestores de empresas privadas que tem incentivos fiscais por parte do governo para executar ações sociais, tendo necessidade de promover um pensamento voltado para o social e ético, como já definimos anteriormente por Patrícia Ashley. Há um compromisso que deve ser firmado verdadeiramente com a sociedade, para que esse “marketing social” seja executado de forma adequada junto aos *Stakeholders* relacionados à empresa. É essa imagem positiva construída junto ao mercado que gerará lucros para as organizações.

Por último a participação da sociedade em verificar quais atividades estão sendo executadas pelo poder público (Estado) e que seja garantido seus direitos de bem-estar social. Para que isso aconteça, todos têm que estar engajados em acompanhar as ações dos gestores públicos e isso é possível através da publicação das informações em domínio público, além do crescimento do acesso à internet e às ferramentas de divulgação de informação como, por exemplo, as redes sociais.

Portanto, essas ações de Responsabilidade Social são importantes para tentar diminuir as desigualdades sociais que acometem a população de nosso país, em nossa cidade, no bairro em que moramos. O empenho da sociedade se faz necessário porque somos um país em desenvolvimento e todos devem ter direito ao acesso a esses benefícios.

Como já citado anteriormente, a Constituição Federal protege a todos igualmente e isso tem que ser cumprido, considerando principalmente o aspecto “paternalista” do documento, em que o Estado se responsabiliza em ofertar saúde, educação e bem estar. Nosso papel como cidadãos é de fiscalizar as políticas públicas realizadas e utilizar ferramentas de participação social como, por exemplo, em Conselhos Municipais que contam com a participação de membros da sociedade civil organizada para a tomada de decisão do uso de recursos. Podemos citar como exemplo os conselhos Municipais da Infância e Juventude, da Saúde e da Educação, em que os municípios recebem verbas federais e esses conselhos auxiliam nas tomadas de decisão.

Para que aconteça plenamente, cabe a cada um de nós cidadãos participar das decisões tomadas pelos gestores e estes tem o dever de destinar os recursos às políticas públicas que necessitam de atendimento mais rápido. Assim, as verbas chegarão ao destino adequado e suprirão as demandas sociais. Nessa situação vale destacar a Responsabilidade Social por parte do Estado em desenvolver o controle social, momento em que os gestores não podem ter poder pleno. Precisam da participação da população para conseguir desenvolver seus projetos e suas ações.

Podemos destacar também a relevância da temática abordada para realização de estudos posteriores, considerando que a responsabilidade social é cada dia mais discutido a abordado

pelas instituições e apoio às entidades do Terceiro Setor. Poderia ser realizado um estudo de caso que aborde essa temática.

Outra linha para pesquisa seria referente às Parcerias Público-Privadas, instituídas pela Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004, na qual Estado e Organizações trabalham em conjunto para a execução de projetos da Gestão Pública.

4 REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia *et all* **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

Câmara dos Deputados. **Projetos de Lei de Outras Proposições**. Brasília. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=121045>> Acesso em: 29 de maio de 2012.

GOLDSTEIN, Ilana. **Responsabilidade social**: das grandes corporações ao terceiro setor. São Paulo: Ática, 2007.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NETO, Francisco Paulo de Melo; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na Sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Presidência da República. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm> Acesso em: 07 de fevereiro de 2012.

_____. **Lei nº 9.249, de 26 de Dezembro de 1995**. Brasília. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9249.htm> Acesso em 01 de junho de 2012. **15**

_____. **Lei Complementar nº 101, de 04 de Maio de 2000**. Brasília. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp101.htm> Acesso em: 29 de maio de 2012.

_____. **Lei Complementar nº 131, de 27 de Maio de 2009**. Brasília. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp131.htm> Acesso em: 29 de maio de 2012.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e responsabilidade social: implantação e prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.