

Responsabilidade Social Corporativa: Alguns Selos e Certificados

ANDRÉA DESIDERIO

INTRODUÇÃO

A presença crescente das empresas no setor social está aumentando o número de estudos e publicações nesta área. Estamos participando de um novo contexto mundial onde o investimento na busca da qualidade de relações é fundamental. Este novo panorama baseia-se nos princípios éticos, e sendo assim a atuação da empresa deve ser transparente e mostrar investimentos na sociedade direta e indiretamente, por meio de aplicação de capital em obras de infraestrutura ou em qualidade de vida e respeito ao meio ambiente.

A Responsabilidade Social é o investimento em processos compatíveis com a conservação ambiental, uso racional de recursos naturais, programas sociais voltados à sociedade, preocupação com as condições de trabalho e o cumprimento de leis.

Este pequeno ensaio busca trazer uma visão da realidade empresarial em relação à Responsabilidade Social Corporativa, iniciando no seu surgimento, relatando alguns demonstrativos de aplicação no social, a aquisição de selos e certificação (quais os mais procurados) e para terminar demonstrando que em alguns casos o cumprimento de leis trabalhistas está gerando boa visibilidade na área social.

HISTÓRIA

No decorrer da história pode-se dizer que o termo Responsabilidade Social teve e tem muitas interpretações. Imaginemos o seguinte cenário: Revolução Industrial. A distância crescente entre o detentor do capital e os outros começa a aparecer e torna-se um problema. Essa diferença causa algumas atitudes por parte dos detentores do capital, acarretando os primeiros investimentos na área social. Se o problema é desprezível nos países desenvolvidos devido à atuação social do governo e à filantropia empresarial, nos países mais pobres ocorre diferentemente. A primeira interpretação empresarial sobre Responsabilidade Social seria o resultado da atuação desta empresa sobre a sociedade onde está inserida, este resultado apareceria da seguinte maneira:

“as empresas deveriam restringir sua função social ao papel para o qual foram criadas e estão posicionadas no mercado. Isto é, a produção de riqueza, sob forma de produtos e serviços disponibilizados aos consumidores e clientes, a multiplicação do capital investido, sob forma de lucro, e a geração de empregos necessários para realizar a produção e a comercialização” (FICHER, 2002, p. 74)

O pensamento empresarial era o seguinte: com o pagamento de justos salários o poder de compra por parte do funcionário aumentaria; o dinheiro investido no salário retornaria a empresa aplicadora; o pagamento de tributos justos asseguraria a distribuição de recursos, fazendo com que o desequilíbrio social não acontecesse; e, finalmente, o investimento do capital no próprio negócio geraria um equilíbrio econômico. Não precisou de muito tempo para ver que o sistema capitalista é inadequado para esta forma de pensamento, já que a prioridade é o acúmulo de capital. Com isso, em meados do século XX, as empresas iniciam sua atuação no setor social de outra forma. Buscou-se então *“ampliar o papel da empresa em suas relações com o ambiente social” (FICHER, 2002,*

p. 75). Nessa ampliação, as empresas deveriam assumir ativamente um papel na sociedade em que estavam inseridas. Ao pedir às empresas esse investimento na sociedade, indo além dos lucros econômicos, o mercado faz surgir, *grosso modo*, o conceito de Responsabilidade Social Empresarial ou Responsabilidade Social Corporativa.

No Brasil, a primeira data de que se tem registro sobre a atuação no setor de responsabilidades social é 1543, com a criação da Santa Casa de Misericórdia da Vila de Santos. Depois de 365 anos, se dá a segunda atuação, em 1908, com a vinda da Cruz vermelha ao Brasil. De acordo com SIMON (2003, p. 34), seguem outros investimentos no social:

- 1910 – implantação do escotismo no Brasil com o objetivo de “ajudar o próximo em toda e qualquer ocasião”;
- 1935 – promulgada a lei de declaração de utilidade pública, que regulamenta a colaboração do Estado com as instituições filantrópicas;
- 1942 – criação da LBV – Legião da Boa Vontade;
- 1961 – nasce a APAE – Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais;
- 1967 – Projeto Rondon.

Podemos notar a forte presença do governo brasileiro na criação destes setores de atuação social até a década de 70. É então, a partir dessa época, devido à crise econômica, que as empresas começam a “olhar” para o setor social.

Neste período, as empresas realizavam ações desconexas, pontuais e descontínuas, provando que os argumentos utilizados para convencimento e atuação neste setor não atingiram e mudaram profundamente o pensamento empresarial e suas gerências. Após este período nebuloso de atuação, o termo que rege esta ação volta a ganhar força na década de 90, juntamente com a globalização. O investimento por parte do governo fica reduzido, mas existente, aparentando, em

muitos casos, um retrocesso no que diz a atual visão de Responsabilidade Social, pois os investimentos são desconexos e pontuais.

Sabemos que o que move as empresas é a busca pelo lucro. Sendo assim, atualmente existe uma grande dificuldade em definirmos se um investimento empresarial na área da Responsabilidade Social tem objetivo social ou somente mercadológico. As empresas perceberam que, para viabilizar sua permanência no mercado, elas devem investir na sociedade civil.

A atuação das empresas no setor da Responsabilidade Social está ocorrendo por dois enfoques:

1- Investimento Social, gerador de resultados para a comunidade: aplicação de recursos empresariais que busquem a re-aplicação de capital na própria empresa (política formal da empresa).

2- Investimento “Negocial”, gerador de publicidade (imagem da marca) e desempenho do produto: doações pontuais de bens ou equipamentos (política informal da empresa). Objetivando aumento da visibilidade, as empresas contratam consultorias ou escritórios especializados no investimento social e muitas vezes não querem contato com o processo de trabalho, importando-se apenas com o resultado final, que deve ser o necessário para a aquisição de algum dos selos.

Normalmente, dentro das empresas os setores responsáveis por identificar recursos que poderão vir a ser disponibilizados são os setores administrativos (planejamento, gestão, organização) ou financeiros. Salvo algumas exceções, as decisões e a aplicação de novas idéias, partem dos proprietários ou altos executivos, indo de encontro com a origem do termo “Ação Social”. Este termo pressupõe que a verdadeira ação social parta da agregação espontânea de pessoas “autônomas” que possuem as mesmas idéias, valores e crenças.

A IMAGEM DA EMPRESA

Pensando em manter uma boa imagem, as empresas estão aderindo à aplicação de recursos em Responsabilidade Social. Muitas delas buscam como objetivo principal maior visibilidade de mercado. Algumas empresas estão conseguindo aliar a boa imagem à atuação no setor social e mostram-se empenhadas nesta atividade.

Estudo realizado em 1999 pelo Centro de Estudos em Administração da FEA-USP, em parceria com o “Programa Voluntários” da Comunidade Solidária, o grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e o Centro de Integração Empresa Escola (CIEE), nos mostra que *“mais que um modismo, as proposições de atuação social são uma tendência de estratégia empresarial que se fortalece no caminho que vai da responsabilidade social para a cidadania organizacional”* (FISCHER, 2002, p. 53). Podemos tentar acreditar que, *a priori*, a intenção da empresa esteja mais voltada ao marketing, mas que esta iniciativa pode acarretar mudanças culturais internas na empresa.

Aparentemente, o mercado está *“do lado”* da sociedade, pois ao *“exigir”* fiscalização de atuação social, ele (mercado) obriga as empresas a investirem nesta área. Denomina-se esta prática como *fair trade* ou mercado justo. A empresa que apresentar bons investimentos na área social e exigir o mesmo de seus fornecedores garantirá uma melhor imagem no mercado.

NORMAS, GUIAS, PRINCÍPIO, SELOS E CERTIFICADOS

A estratégia presente no campo da propaganda e visibilidade ocorre também por meio da aquisição de certificados e selos que as empresas recebem pelo seu desempenho com a Responsabilidade Social. Estes selos e certificados são o resultado representativo das empresas que seguem normas, guias ou princípios de Fundações, Institutos ou Organizações, instituições ligadas a ONU, entidades não governamentais ou consultorias de alta gestão atuantes no terceiro setor. Existem

atualmente mais de 15 indicadores para esta aquisição. A seguir explicaremos alguns destes selos, partindo das Fundações e Organizações criadoras:

FUNDAÇÃO ABRINQ pelos direitos da criança e adolescente

A Fundação ABRINQ é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, existente desde 1990, quando foi promulgado o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei Federal nº. 8.069 de 13 de Julho de 1990). Promove a defesa dos direitos e o exercício da cidadania da criança e do adolescente, sendo um órgão responsável por abrir “caminhos de participação” entre quem quer ajudar e quem precisa de ajuda.

Para auxiliar os projetos da fundação pode-se seguir qualquer um desses caminhos: ser sócio; adotar financeiramente uma criança; fazer uma doação única; ser voluntário e adotar sorrisos; inscrever uma ação no Prêmio Criança; possuir cartão de crédito que reverta recursos para as crianças; divulgar as idéias da fundação; participar (como organização) da Rede Nossas Crianças; ser um Prefeito Amigo da Criança; financiar programas e projetos; ser apoiado técnica e financeiramente (como organização não governamental) pelo Programa Crer para Ver; adquirir produtos do Programa Crer para Ver ou ser uma Empresa Amiga da Criança.

O Programa Empresa Amiga da Criança concede um selo social, de mesmo nome, às empresas que se comprometam em cumprir 10 compromissos com a criança brasileira nos temas: combate ao trabalho infantil, educação, saúde, direitos civis e investimentos social. Os compromissos são:

1. Dizer não ao trabalho infantil, não empregando menores de 16, exceto na condição de aprendizes a partir de 14 anos;
2. Respeitar o jovem trabalhador, não empregando menores de 18 anos em atividades noturnas, perigosas ou insalubres;

3. Alertar seus fornecedores, por meio de cláusula contratual ou outros instrumentos, que uma denúncia comprovada de trabalho infantil pode causar rompimento da relação comercial;
4. Fornecer creche ou auxílio-creche para filhos de funcionários;
5. Assegurar que os funcionários matriculem seus filhos menores de 18 anos no ensino fundamental e empreender esforços para que todos frequentem a escola;
6. Incentivar e auxiliar as funcionárias gestantes a realizar o pré-natal e orientar todas as funcionárias sobre a importância dessa medida;
7. Estimular a amamentação, dando condições para que as funcionárias possam amamentar seus filhos até no mínimo os 6 meses de idade;
8. Orientar seus funcionários a fazer o registro de nascimento dos seus filhos;
9. Fazer investimento social na criança ou adolescente compatível com o porte da empresa, conforme estabelecido pela Fundação Abrinq;
10. Contribuir para Fundo de Direitos da Criança e do Adolescente, com o equivalente a 1% do imposto de renda devido, conforme estimativa de lucro tributável da empresa no exercício.

A Fundação concede o selo social pelo compromisso, mas não certifica o seu cumprimento.¹

¹ Ver site www.fundabrinq.org.br

INSTITUTO ETHOS

O Instituto Ethos de Responsabilidade Social é uma instituição não governamental, idealizada por empresários e executivos vindos do setor privado, que busca sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, por meio de orientação voluntária, organização de conhecimento, trocas de experiências e desenvolvimento de ferramentas que auxiliem as empresas a analisar suas práticas de gestão e aprofundar seus compromissos com a responsabilidade corporativa. Possui 5 linhas de atuação:

1. ampliação do movimento de Responsabilidade Social Empresarial (RSE);
2. aprofundamento de práticas em RSE;
3. influência sobre mercados e seus atores mais importantes no sentido de criar um ambiente favorável à prática da RSE;
4. articulação do movimento de RSE com políticas públicas;
5. produção de informação.

Para acompanhar o andamento da atuação empresarial no setor de Responsabilidade Social, o Instituto Ethos criou e disponibiliza os **Indicadores Ethos**, para que as empresas possam ter uma noção de como estão suas atuações no setor social. Esses indicadores podem ser: **Auto-avaliação e Aprendizagem** – ferramenta de uso interno que permite a avaliação da gestão no que diz respeito à incorporação de práticas de responsabilidade social, além do planejamento de estratégias e do monitoramento do desempenho geral da empresa. Os indicadores abrangem os temas Valores, Transparência e Governança, Público Interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e Clientes, Comunidade e Governo e Sociedade; **Comparabilidade e Confidencialidade** – as empresas podem enviar seus relatórios para que o instituto compare com

a atuação de outras empresas de forma totalmente confidencial; **Autodiagnóstico Setorial** – objetiva fornecer às empresas a possibilidade de um autodiagnóstico mais preciso e aprofundado, em relação a dilemas e peculiaridades de cada setor, focalizando inicialmente os setores **financeiro**, de **mineração** e de **papel e celulose**.

Esses Indicadores não são convertidos em selos ou certificados.²

ISO – International Organization for Standardization

A ISO é uma organização não-governamental, criada oficialmente em 23 de fevereiro 1947. Sua atuação e seus membros não têm ligação nenhuma com a Organização das Nações Unidas (ONU), entretanto ocupa posição especial entre setores público e privado, pois muitos de seus membros são parte da estrutura governamental de seu país ou são endossados pelo governo, e outros membros têm suas raízes no setor privado. A ISO 14001 é uma norma internacional que estabelece requisitos para conservação ambiental no desenvolvimento das atividades de uma empresa. A avaliação é realizada por meio de auditorias por empresas certificadoras reconhecidas pelo INMETRO, observando os seguintes itens:

1. Cumprimento da legislação ambiental;
2. Diagnóstico atualizado dos impactos ambientais gerados;
3. Procedimentos padrão e planos de ação para eliminar ou diminuir impacto; pessoal treinado e qualificado.³

² Ver site www.ethos.org.br

³ Ver site iso.org/iso

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL

Social Accountability International (SAI) é uma organização de direitos humanos fundada em 1996, que busca aperfeiçoar as relações de trabalho nas empresas ao redor do mundo, desenvolvendo e implantando a questão da Responsabilidade Social.

A SAI é responsável pelo desenvolvimento e supervisão da **Norma Internacional Social Accountability 8000 (SA 8000)**. A SA 8000 é um sistema efetivo de implementação, manutenção e verificação de condições dignas de trabalho, baseado nas normas da ILO *Convention*, Declaração Universal dos Direitos Humanos e Convenção dos Direitos da Criança. Essa norma de Balaço Social avalia alguns quesitos específicos que são:

1. Trabalho Infantil
2. Trabalho Forçado
3. Saúde e segurança
4. Discriminação
5. Práticas disciplinares
6. Horários de trabalho
7. Remuneração
8. Sistema de Gestão

A Avaliação para acompanhar o cumprimento desses quesitos da norma AS 8000 é realizada por meio de auditoria, acarretando ou não a posterior certificação da empresa visitada.

A SAI indica programas ou ferramentas para melhorias do Sistema Social de cada empresa:

1. Pesquisa e desenvolvimento: filtrar e revisar os padrões sociais adotados pela empresa, rever diretrizes para a verificação independente dessa aquisição, certificações de exemplos de boas práticas, custos e benefícios.

2. Confiabilidade: auditores qualificados para certificar lugares de trabalho, obedecendo padrões sociais. A SAI regular-

mente faz auditorias com estes auditores, e não realiza auditorias em fábricas ou fazendas.

3. Melhorar o sistema de auditorias: revisão constante do processo de auditoria, sistema aberto de apelação e reclamação.

4. Assistência de técnica e treinamento: Treinamento de auditores, trabalhadores, gerentes e fornecedores. A SAI qualifica auditores individuais e auxilia as companhias nos processos de implementações, promovendo treinamento e informação.

5. Construindo parcerias: trabalhar com grandes negócios, comércios, organizações não-governamentais, agências governamentais e internacionais para melhorar o sistema SAI por meio de auditorias piloto e workshop regionais.⁴

BRITISH STANDARDS

British Standard é o órgão britânico encarregado de elaborar as normas técnicas aplicadas naquele país. A BS 8800 é uma norma sobre sistema de gestão da Segurança e da Saúde no trabalho. Quando foi concebida, não estava prevista a sua certificação, mas empresas interessadas em demonstrar ao mercado a sua preocupação com a questão da segurança do trabalho estão buscando a certificação do sistema implantado junto às entidades certificadoras da área da qualidade, obtendo assim o certificado da norma BS 8800. Outra norma que atende o mesmo setor de segurança e saúde no trabalho é a OHSAS 18001, criada nos Estados Unidos.⁵

⁴ Ver site www.portalsocial.ufsc.br/legislação/NormaSA8000.doc

⁵ Ver site www.bsi-global.com/Health/bs8800.xalter

IBASE

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) é uma instituição de utilidade pública federal, sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e a partido político. Sua missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã. Desde 1997, o sociólogo Herbert de Souza e o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas vêm chamando a atenção de empresários e de toda a sociedade para a importância e a necessidade da realização do Balanço Social (BS) das empresas em um modelo único e simples. Atualmente o IBASE disponibiliza na Internet um modelo (ficha constando toda descrição e valores das atividades sociais realizadas ao decorrer do ano) e critérios para que as empresas possam realizar seu Balanço Social, podendo assim receber o selo de mesmo nome. Os critérios são os seguintes:

1. O Balanço Social deverá ser adotado absolutamente na **íntegra** conforme o modelo sugerido. Nenhum item, linha ou coluna poderá ser omitido (exceto na parte 3, conforme as Instruções para o Preenchimento, no verso do modelo). Os itens podem ser preenchidos com “0” (zero), “nd” (não disponível) ou “na” (não se aplica), quando for o caso.
2. O recurso “**nd**” (não disponível) poderá ser utilizado somente uma vez por item, a contar do Balanço Social 2003. Este recurso fica negado para exercícios futuros nos itens onde tiver sido utilizado.
3. Na parte 7 (Outras Informações) do balanço social distribuído aos(às) funcionários(as) e publicado na grande mídia deverão constar, obrigatoriamente, as seguintes informações: Responsável pelas informações: nome completo, telefone de contato, e-mail; esta empresa não utiliza mão-de-obra infantil ou trabalho escravo.
4. Todos os colaboradores e colaboradoras deverão receber a tabela no modelo IBASE de forma individuali-

zada e nominal em material, publicação ou evento destinado **exclusivamente** ao tema da responsabilidade social ou balanço social. Algumas sugestões: fotocópia anexada ao contracheque, correspondência contendo somente material sobre balanço social, um exemplar do próprio balanço social, cópia entregue em mãos etc.

5. No Balanço Social entregue aos funcionários e funcionárias deverá constar, adicionalmente, uma mensagem ou carta do presidente/diretor(a) apresentando o documento e destacando a relevância do BS para a empresa e a sociedade.
6. O Balanço Social 2004 deverá ser publicado em jornal e/ou revista de grande circulação regional e/ou nacional, bem como na página da empresa na internet, quando existir.
7. O IBASE concederá o selo apenas para a empresa que publicar seu Balanço Social até o dia 30 de junho.

O Balanço Social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Os auditores do processo são o mercado e a sociedade.⁶

ALFABETIZAÇÃO SOLIDÁRIA

O Alfabetização Solidária é um programa de combate ao analfabetismo. Sua execução é resultante da parceria formulada entre o Conselho da Comunidade Solidária, o Minis-

⁶ Ver o site www.ibase.org.br

tério da Educação e do Desporto, Instituições de Ensino Superior, Empresas e Prefeituras Municipais.

A Comunidade Solidária identifica as localidades onde o programa será realizado, faz a articulação entre os parceiros e acompanha o andamento dos cursos de alfabetização. O MEC fornece material didático e de apoio aos cursos de alfabetização. As prefeituras mobilizam os alfabetizadores e coordenadores; cedem as salas de aula e encaminham jovens para a alfabetização.⁷

As Instituições de Ensino Superior capacitam os alfabetizadores e coordenadores, acompanham e avaliam os recursos pedagógicos do programa. As empresas adotam os municípios, garantindo recursos para alimentação, transporte e hospedagem durante a capacitação dos alfabetizadores. São responsáveis também pelo pagamento das bolsas aos alfabetizadores e coordenadores e pela merenda diária dos estudantes.

Cada vez mais a busca de novos mercados está vinculada ao posicionamento ético da empresa em relação aos seus negócios.

Sendo assim, existem empresas que investem em infra-estrutura básica na cidade ou região que se instalam, gerando maior proximidade com os consumidores e melhores formas destes se inserirem no mercado.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E OUTRAS ATUAÇÕES

Veremos aqui outras formas de atuação empresarial que estão ganhando espaço na área social:

- Contratação de negros e pardos – mesmo sendo lei, as empresas estão divulgando essa iniciativa como parte de seus investimentos na Responsabilidade Social;

⁷ Ver site www.alfabetizacaosolidaria.org.br

- Contratação de pessoas com mais de 45 anos de idade – muitas empresas estão recrutando esses profissionais com o jargão da experiência;
- Contratação de portadores de deficiência – outra atitude presente na lei federal;
- Contratação de Mulheres – a contratação de mulheres em cargos de chefia está crescendo, porém em alguns casos ainda há diferença salarial entre sexos;
- Ginástica Laboral – divulgando como investimento para melhoria da integridade física do funcionário, o investimento nesta área acarreta diminuição de encargos com recuperação de saúde;
- Coleta Seletiva – instruir funcionários ou comunidade para a coleta seletiva, podendo gerar assim uma nova indústria, conscientizando as pessoas sobre os benefícios ao meio ambiente decorrentes da reciclagem. Com a ressalva de saber o verdadeiro número de “lixo” que retorna à indústria como matéria prima e quanto deixou de ser retirado da natureza;
- Horta Comunitária – criar uma horta comunitária dentro da empresa, visando melhoria na alimentação do funcionário e para alguns um momento de lazer e distração;
- Grupo de Funcionários Voluntários – em alguns casos os funcionários são coagidos a participar;
- Manual de práticas – para os fornecedores estarem cientes do mercado justo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo o significado do termo Responsabilidade Social Corporativa está em construção, percebemos que há muita divulgação sobre a atuação empresarial, porém pouca avaliação sobre os processos e resultados do investimento nas diferentes áreas.

A aquisição de selos ou certificados não garante que os princípios estão sendo cumpridos como deveriam, pois a supervisão dos institutos muitas vezes é distante, pelo envio de relatórios; ou pontual, os auditores marcam dia e hora para “visita” acarretando assim possível mudança no cenário real.

Sendo os investimentos empresariais decididos pelos detentores do capital (donos ou administradores), muitas vezes ocorre a mesma visão lucrativa do ambiente que estão formalmente inseridos, portanto buscam resultados imediatos em uma área de resultado processual.

Objetivando aumento da visibilidade, as empresas contratam consultorias ou escritórios especializados no investimento social e muitas vezes não querem contato com o processo de trabalho, importando-se apenas com o resultado final, que deve ser o necessário para a aquisição de algum dos selos.

Na realidade, para conseguir “enxergar” resultados da Responsabilidade Social Corporativa deve-se ter um olho, muitas vezes, “mágico”, que consiga abranger sensações, mudanças e ganhos tanto qualitativos, quanto quantitativos.

Sabemos que o interesse empresarial surge devido à geração de bons resultados para as empresas, e esperamos que este objetivo inicial seja modificado com o tempo. É ilusório pensar que atuações pontuais, mesmo que a longo prazo, mudarão a visão mercadológica presente nos investidores. A Responsabilidade Social Corporativa ressurgue com mais força e visibilidade no mercado, também por ser encarada como um investimento rentável da empresa devido à vinculação da sua marca a do trabalho social.

No âmbito da sustentabilidade econômica, social e ambiental, os investimentos devem ser baseados na ética e buscar sempre a qualidade nas relações.

Sendo assim, fica claro que estamos iniciando uma nova observação em relação ao verdadeiro significado dos investimentos empresariais na área social.

BIBLIOGRAFIA

FISCHER, Rosa Maria. *O desafio da colaboração: praticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor*. São Paulo: Editora Gente, 2002.

TORO, O. L., REY, G. *Empresa Privada e responsabilidade social*. Colombia: Utopica ediciones, 1996.

KAUFMAN, A., ZACHARIAS, e L. KARSON, M. *Managers vs Owners - The struggle for corporate control in American Democracy*. New York: Oxford University Press, 1995.

SIMON, Roberta. *A atividade de Relações Publicas na Responsabilidade Social Corporativa*. Faculdade de Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003.

Vários Autores, *Responsabilidade Social das empresas*. São Paulo: Peirópolis, 2002.

Guia EXAME 2004 Boa Cidadania Corporativa, Dezembro 2004.

Pesquisa eletrônica:

www.fundabrinq.org.br

www.ethos.org.br

www.portalsocial.ufsc.br/legislação/NormaSA8000.doc

www.bsi-global.com/Health/bs8800.xalter

www.ibase.org.br

www.alfabetizacaosolidaria.org.br

www.iso.org/iso