

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA:
OS FUTUROS ADMINISTRADORES ESTÃO SENDO PREPARADOS
PARA UM CONTEXTO DE NEGÓCIOS QUE OBRIGA ESSES CONHECIMENTOS?**

**SOCIAL RESPONSIBILITY AND ETHICS:
THE FUTURE MANAGERS ARE BEING PREPARED
FOR A BUSINESS CONTEXT OF THOSE FORCES THAT KNOWLEDGE?**

NATALI CRISTIANE DE SOUZA¹
SANDRA STÖCKLI DE VASCONCELOS²
MIGUEL ARANTES NORMANHA FILHO³

RESUMO: Os recentes escândalos corporativos, a crise financeira global e o efetivo papel social das organizações que visam lucro no equacionamento dos graves problemas sociais brasileiros, em conjunto com o primeiro e o terceiro setor da sociedade civil, colocaram em alerta as escolas de negócios em especial as que ofertam cursos de Administração. Alerta no sentido de contemplar em suas grades curriculares, disciplinas ou na forma transversal, a responsabilidade social e a ética. Alerta para que os futuros administradores estejam comprometidos com a sociedade em que vivem, com responsabilidade social e postura ética. Face à importância da responsabilidade social e da ética na gestão das organizações que visam lucro é certo afirmar que a formação de um administrador, futuro gestor de organizações, deve contemplar tais temas no curso em que esteja matriculado. Face ao contexto apresentado, emerge o problema de pesquisa: as faculdades particulares com curso de Administração atuantes em Campinas contemplam a responsabilidade social empresarial e a ética como disciplinas de formação ao longo do curso, na forma regular de oferta ou na forma transversal? Para obtenção de resposta ao problema de pesquisa foi aplicado um questionário contendo dezesseis perguntas e aplicados aos alunos matriculados nos cursos de Administração de cinco instituições de ensino na cidade de Campinas. Assim como, foi elaborada pesquisa bibliográfica para construção do arcabouço teórico necessário para análise e compreensão dos resultados da pesquisa e conclusão do artigo.

Palavras-chave: Responsabilidade social, ética, administração.

ABSTRACT: The recent corporate scandals, the global financial crisis and the actual social role of for-profit organizations in addressing the serious social problems in Brazil, together with the first and the third sector of civil society, placed on alert business schools in particular that offer courses in Management. Alert in order to include in their curricula, disciplines or transversely, social responsibility and ethics. Warns that future managers are committed to their society, with social responsibility and ethics. Given the importance of social responsibility and ethics in the management of for-profit organizations is right to say that the formation of an administrator, manager of future organizations, should consider such issues in the course on which it is registered. Given the context presented, the research problem emerges: the private colleges with course directors working in Campinas include corporate social responsibility and ethics as training courses throughout the course in a regular bid or a transversal? To obtain the answer to the problem of research was questionnaires containing sixteen questions and apply to students enrolled in institutions of Directors of five schools in the city of Campinas. Just as literature has been produced for the construction of theoretical framework necessary for analyzing and understanding the search results and conclusion of the article.

Key words: Social responsibility, ethics, administration.

Sumário: 1 Introdução – 2 Desenvolvimento – 3 Resultados da pesquisa – Considerações finais – Referências.

¹Administradora, Faculdade INPG Campinas, e-mail: natalicristianes@yahoo.com.br.

²Graduada em Gestão de RH, Estácio/Radial, Curitiba – PR. Bacharel em Administração, UniBrasil – Curitiba – PR. Pós-graduada, modalidade: MBA Executivo em Gestão Estratégica de Pessoas – RH, OPET, Curitiba – PR. Pós-graduada em Direito do Trabalho para Gestão de Pessoas, INPG Business School, Campinas – SP. Professora da graduação da Faculdade INPG Campinas, e-mail: sandrastockli@hotmail.com.

³Mestre em Gerontologia, área de concentração: Gerontologia Social, PUC-SP. Mestre em Administração, área de concentração: Administração em Serviços, UNIBERO-SP. Pós-graduado *lato sensu*: Administração de Marketing e Docência do Ensino Superior. Bacharel em Administração. Professor da pós-graduação do INPG Business School. Vice Diretor e Coordenador do Curso de Administração da Faculdade INPG Campinas e, professor da graduação, e-mail: m.arantesprof@yahoo.com.br.

1 INTRODUÇÃO

A responsabilidade social é uma forma das organizações que visam lucro, usar parte dele de forma responsável e legal, na gestão eficaz de recursos para ajudar socialmente na qualidade de vida de pessoas necessitadas no âmbito de sua influência em sua área geográfica de atuação.

Já a ética, ocorre para que se possa trabalhar de forma virtuosa, buscando a excelência organizacional, motivando ações na prática do bem, abrangendo todas as situações e ações das organizações que visam lucro, mas com impacto na sociedade, na construção de um país mais justo para todos.

No Brasil, a responsabilidade social e ética ainda são temas novos, com arcabouço teórico em construção, portanto, ainda, em fase de crescimento. O tema vem sendo alvo de muitas discussões e estudos nas organizações e no meio acadêmico. Com o aumento do interesse nos temas podemos afirmar que eles estão tomando corpo na cultura empresarial brasileira, recebendo varias conceituações, amplitudes e delimitações em sua aplicação.

A escolha do tema para elaboração do artigo, *Responsabilidade social e ética: os futuros administradores estão sendo preparados para um contexto de negócios que obriga esses conhecimentos?* foi definido em virtude da necessidade de verificar se as faculdades particulares de Administração de Campinas estão preparando, por meio de competências, habilidades e atitudes, os futuros administradores para gestão social responsável e para a ética, por meio de disciplinas regulares ou na forma transversal, em suas grades curriculares.

O problema de pesquisa foi assim definido: as faculdades particulares de administração atuantes em Campinas contemplam a responsabilidade social empresarial e a ética como disciplinas de formação ao longo do curso, na forma regular de oferta ou na forma transversal?

Para obtenção de respostas ao problema de pesquisa, foi elaborado um questionário com dezesseis perguntas – questões fechadas -, aplicado em cinco faculdades particulares de Administração, inseridas na cidade de Campinas, o qual foi respondido por cinquenta e um alunos, de ambos os sexos e faixas etárias diferenciadas. A amostra de pesquisa foi não probabilística, mas os resultados permitirão que novas pesquisas possam ser elaboradas em universo representativo e com maior abrangência sobre: responsabilidade social e ética.

O questionário, elaborado com intuito de verificar o conhecimento dos graduandos a respeito da responsabilidade social e da ética nas organizações que visam lucro, de forma que se possa avaliar como irão atuar os futuros administradores no mercado de trabalho e na sociedade com cidadãos éticos e responsáveis socialmente. A pesquisa foi feita no segundo semestre de 2011.

A construção do arcabouço teórico que proporcionou base para análise dos resultados da pesquisa e conclusão do artigo foi feita por meio de pesquisa bibliográfica.

2 DESENVOLVIMENTO

Nos ensinamentos de Barbieri e Cajazeira (2004), vamos encontrar que a responsabilidade social é um tema que é objeto de estudos tanto na área acadêmica como empresarial. Por meio dela é possível aprender a gerir uma empresa de maneira socialmente responsável, medindo os impactos das suas ações. Essa responsabilidade dentro de uma empresa pode significar um grande passo para o seu sucesso, pois é um processo que só poderá ser feito por meio do total envolvimento das pessoas no contexto dos grupos de interesse da empresa.

Tachizawa e Andrade (2008, p.53), ensinam que a empresa tende a agir responsabilmente em relação aos seus relacionamentos internos e externos, em virtude dos seus clientes, fornecedores, do pessoal interno e dos gestores,

Em face das mutantes e crescentes expectativas de clientes, de fornecedores, do pessoal interno e dos gestores, a empresa do futuro tem de agir de forma responsável em seus relacionamentos internos e externos.

França (2007, p. 22), descreve a responsabilidade social citando a definição e o estudo de Ashley (2002),

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

Ainda vamos encontrar em Tachizawa e Andrade (2008, p.29), que eles contemplam que a responsabilidade social se funde com as estratégias de sustentabilidade de longo prazo, pois se preocupa com as consequências decorrentes das suas atividades,

A responsabilidade social é convergente com as estratégias de sustentabilidade em longo prazo e incluem a necessária preocupação dos efeitos das atividades desenvolvidas no contexto da comunidade em que se inserem as empresas. Excluem-se, portanto atividades no âmbito da caridade ou filantropia tradicionalmente praticada pela iniciativa privada [...].

A responsabilidade social, não deve ser feita aleatoriamente, mas sim em forma de estratégias mensuradas – planejadas e controladas - com intuito de direcionar ações empresariais de acordo com as necessidades sociais. Dias (2008, p. 155), complementa que,

Ser socialmente responsável não significa somente cumprir plenamente as obrigações jurídicas, mas também ir mais além de seu cumprimento investindo mais no capital humano, no entorno e nas relações com os interlocutores.

Gomes e Moretti (2007, p.5), concluem que o conceito de responsabilidade social ainda está sendo desenvolvido, “[...] é mais aceitável entender o conceito de responsabilidade social como uma idéia que esta sendo construída, pois nem sempre significa ou expressa o mesmo significado na visão das pessoas”.

Silveira (2003, p. 02), aborda que o conceito de responsabilidade social ainda esta em fase de construção, “O conceito de responsabilidade social esta em construção, requer mudanças culturais, em que empresas e parceiros busquem um processo conjunto, sem prejuízo de uns e com resultados de outros.”

Certo e Peter (2005, p. 262), explicam a respeito da dificuldade de se chegar a um acordo quanto à definição exata do grau de obrigações das empresas para com a sociedade, e define responsabilidade social como,

[...] o grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protegem e melhoram a sociedade para atender aos interesses econômicos e técnicos da organização. Em outras palavras, exercer a responsabilidade social da organização implica a realização de atividades que podem ajudar a sociedade, ainda que não contribuam diretamente para aumentar a lucratividade da empresa.

Kreithon (2004, p. 10), contempla que as definições de responsabilidade social empresarial sofrem variações no que tange ao contexto histórico e social em relação aos interesses e posição inserida no espaço social, conforme segue,

Embora as definições de RSE variem de acordo com o contexto histórico e social em que são formuladas, e, sobretudo em função dos interesses e da posição ocupada no espaço social pelo grupo que as formula – o qual tende a ressaltar determinados aspectos e princípios em detrimento de outros – existe um razoável entendimento, ou “consenso mínimo”, hoje em dia, quanto ao fato de que uma empresa socialmente responsável deve demonstrar três características básicas: a) reconhecer o impacto que causam suas atividades sobre a sociedade na qual esta inserida; b) gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global; c) realizar esses propósitos através do dialogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parcerias com outros grupos e organizações.

A responsabilidade social empresarial é o compromisso que as empresas assumem de usar partes dos seus lucros para ajudar na qualidade de vida de todas as pessoas que estão envolvidas no desenvolvimento da empresa conforme a citação de Srour (2003, p. 316),

[...] é o compromisso das empresas com o bem-estar social, quando convertem partes dos lucros em ganhos sociais, são ações conjugadas que contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos *stakeholders*: são decisões empresariais informadas pelo balanço de interesses dos stakeholders e consubstanciadas naquilo que se denomina “balanço social”.

Já a definição de Carrol (1979), citada por Barbieri e Cajazeira (2004, p. 53), é

muito usada atualmente, pois abrange as várias expectativas no que tange a organização, “[...] a responsabilidade social das empresas compreende as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem em relação às organizações em dado período”.

Ainda para os autores Barbieri e Cajazeira (2004, p. 85), “[...] a palavra ética se origina do grego *ethos*, substantivo masculino que indica hábitos ou costumes, na Roma antiga essa palavra foi latinizada para *ethicus*, *ethic*”. Já Novaes (1992), comenta que a palavra ética tem significados e concepção diferentes, entre os antigos e os modernos.

O conceito de ética nasceu, segundo Pegoraro (2008, p.19), “[...] nas praças, na análise dos fatos negativos que Sócrates via e vivia [...]”. Ainda para o autor, Sócrates colocava o homem como alvo de sua reflexão filosófica, na maioria das suas conversas e discursos públicos dizia que o homem deveria “conhecer a si mesmo” para alcançar o valor e a moral. Assim a ética nascia dos temas mais discutidos na sociedade, como o bem, a virtude, o valor das pessoas e a sociedade justa.

O conceito de ética tornou-se uma ciência, que para Matos (2008, p. 28), é embasado na verdade, “A Ética é a ciência da verdade não existe uma ética da mentira, nem a meio ética. A ética e a verdade são a essência da consciência humana, ninguém lhes pode ser indiferente”.

Ainda no âmbito de que a ética é uma ciência, vamos observar Sá (2000), citado por Figueiredo e Guilherme (2008, 42),

A ética é a ciência, tendo por objeto de estudo dos sentimentos e juízos de aprovação e desaprovação acerca da conduta e da vontade humana, propondo-se a determinar: a. qual é o critério segundo a conduta e a vontade de tal modo aprovada se distingue, ou ainda, qual é a norma, segundo a qual se opera e deve operar a vontade em tal conduta, e qual o fim que a mesma e para essa se cumpre e se deve cumprir; b. em que relações de valor estão com observância daquela norma e obtenção daquele fim as diversas formas de conduta, individual ou coletiva, tais como se apresenta na sociedade e na época a qual pertencemos.

Ashley (2005), conforme citação de França (2007), ensina que a ética é retratada como uma parte da filosofia que estuda a moralidade e a forma de agir livre do ser humano,

[...] ética é a parte da filosofia que estuda a moralidade do agir humano livre, na forma de atos maus ou bons; nesse contexto, a ética empresarial é o estudo da ética aplicada à atividade empresarial. Portanto passa pela incorporação de valores morais capazes de levar uma pessoa a fazer diferenciações e tomar decisões que agregarão valores simultaneamente a sua empresa, à sua comunidade e a ela própria. (p. 84).

Para Alonso, Lopes e Castrucci (2006), a atividade empresarial consiste em atividades compostas por trabalhadores operários tanto quanto administradores, portanto, como a ética engloba de maneira geral os atos humanos deve estar presente em todas as atividades da organização.

Arruda, Whitaker e Ramos (2007), comentam que o conceito de ética empresarial nasce nos anos 60 especificamente nos países de língua Alemã. As faculdades de Administração e Negócios entre as décadas de 60 e 70 começaram a oferecer em meio as suas disciplinas a ética, surgindo assim o termo “ética empresarial”, que se baseava na ética pessoal e profissional. Já na década de 80 nos Estados Unidos e na Europa os professores universitários começaram a se dedicar mais ao ensino da ética para alunos de MBA's (*Master of Business Administration*), e o ano 90 se caracterizou na ampliação do tema e universalizou o conceito de ética empresarial.

Encontramos em Leisinger e Schimtt (2001, p. 22), que a ética empresarial retrata os valores das empresas, “A ética empresarial reflete sobre as normas e os valores efetivamente dominantes em uma empresa interrogam-se pelos fatores qualitativos que fazem com que determinado agir seja um agir 'bom' ”. Complementando a abordagem dos autores, Arruda (2002, p.3), diz que “[...] a instituição necessita definir como deseja desenvolver-se, de tal forma que a postura ética, a conduta moral, os seus valores e crenças essenciais se tornem parte da cultura da organização”.

Rocha Loures (2009, p.11), define que uma organização para ser ética depende de quatro alicerces, “[...] a transparência; a prestação de contas de acordo com o mandato aferido; o senso de tutoria ou de cuidado dos recursos que estão em nossas mãos; e finalmente, a fidelidade aos valores e princípios que a organização propaga.”

3 RESULTADOS DA PESQUISA

1 - Durante o curso de Administração você teve aulas de responsabilidade social?

Base: 51

Sim: 78% dos alunos tiveram aulas de responsabilidade social durante o curso de Administração.

Não: 22% dos alunos não tiveram aula de responsabilidade social durante o curso de Administração.

2 - Você sabe o que é responsabilidade social empresarial?

Base: 51

Sim: 94% dos alunos sabem o que é responsabilidade social.

Não: 6% dos alunos não sabem o que é responsabilidade social.

3 - Você já fez ou faz parte de alguma atividade de voluntariado em organização com objetivo social e/ou em organização que visa lucro exclusivamente em atividades de responsabilidade social?

Base: 51

Sim: 43% dos alunos já fizeram parte de alguma atividade de voluntariado.

Não: 57% dos alunos não fizeram parte de nenhuma atividade de voluntariado.

4 - Você conhece alguma organização que visa lucro em Campinas ou em sua região metropolitana que pratica responsabilidade social empresarial?

Base: 51

Sim: 63% dos alunos conhecem alguma organização que visa lucro na cidade de Campinas e ou região metropolitana que pratica a responsabilidade social.

Não: 37% dos alunos não conhecem organização visa lucro na cidade de Campinas e ou região metropolitana que pratica a responsabilidade social.

5 - Você, enquanto consumidor faz escolhas por produtos de organizações que visam lucro, socialmente responsáveis?

Base: 51

Sim: 57% dos alunos como consumidores escolhem por produtos de organizações que visam lucro, socialmente responsáveis.

Não: 43% dos alunos não fazem a escolha por produtos de organizações que visam lucro, socialmente responsáveis.

6 - Em sua opinião uma organização que visa lucro com responsabilidade social influencia na compra dos consumidores?

Base: 51

Sim: 71% dos alunos acreditam que uma organização que visa lucro com responsabilidade social tem influencia na compra dos consumidores.

Não: 29% dos alunos acham que uma organização que visa lucro com responsabilidade social não influencia na compra dos consumidores.

7 - As organizações que visam lucro e que fazem uso de práticas sociais responsáveis, em sua opinião, como é a forma de melhorar sua imagem junto aos consumidores?

Base: 51

Sim: 96% dos alunos acreditam que as organizações que visam lucro fazem uso da responsabilidade social para melhorar a sua imagem junto aos consumidores.

Não: 4% dos alunos acham que as organizações que visam lucro não fazem uso da responsabilidade social para melhorar a sua imagem junto aos consumidores.

8 - Você considera que responsabilidade social empresarial, garante o sucesso das organizações que visam lucro?

Base: 51

Sim: 73% dos alunos consideram que a responsabilidade social empresarial garante o sucesso das organizações que visam lucro.

Não: 27% dos alunos consideram que a responsabilidade social empresarial seja garantia de sucesso das organizações que visam lucro.

9 - Você considera que as ações de responsabilidade social devam ser permanentes?

Base: 51

Sim: 98% dos alunos consideram que as ações da responsabilidade social devem ser permanentes.

Não: 2% dos alunos acham que não.

10 - Em sua opinião uma organização que visa lucro que tem responsabilidade social, se torna mais competitiva?

Base: 51

Sim: 67% dos alunos acham que organização que visa lucro e que tem responsabilidade social se torna mais competitiva.

Não: 33% dos alunos acham que não.

11 - Você acredita que deva existir envolvimento de todos os setores da organização que visa lucro com a responsabilidade social?

Base: 51

Sim: 90% dos alunos acham que deve existir envolvimento de todos os setores da organização que visa lucro com a responsabilidade social.

Não: 10% acham que não.

12- Durante o curso de Administração você teve aulas de ética?

Base: 51

Sim: 94% dos alunos tiveram aulas de ética durante o curso de Administração;

Não: 6% dos alunos não tiveram.

13 - Você sabe o que é ética empresarial?

Base: 51

Sim: 96% dos alunos sabem o que é ética empresarial.

Não: 4% dos alunos não sabem.

14 - Você acredita que uma organização que visa lucro sem consolidação de prática ética, possa ser responsável socialmente?

Base: 51

Sim: 33% dos alunos acreditam que uma organização que visa lucro, sem ética pode ser responsável socialmente.

Não: 67% dos alunos acham que não.

15 - Uma organização que visa lucro pode ser ética e competitiva ao mesmo tempo?

Base: 51

Sim: 100% dos alunos acreditam que uma organização que visa lucro poder ser ética e competitiva ao mesmo tempo.

16 - Você considera ser possível um administrador ser ético e mesmo assim conseguir maximizar o lucro dos acionistas?

Base: 51

Sim: 100% dos alunos consideram possível um administrador ser ético e ao mesmo tempo conseguir maximizar o lucro dos acionistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após serem analisados os resultados da pesquisa feita em cinco cursos de Administração de instituições de ensino particulares atuantes na cidade de Campinas, Estado de São Paulo, no período de agosto a novembro, com cinquenta e um alunos, de ambos os sexos, e faixa etária diferenciada. Pesquisa com a finalidade de verificação se os cursos de Administração da amostra constam em suas grades curriculares e ministram as disciplinas de responsabilidade social e ética, como oferta regular ou na forma transversal. Cujo questionário para a pesquisa foi projetado somente com questões fechadas e com uma amostra de pesquisa não probabilística, que se caracteriza, sobretudo, por não ser possível assegurar a representatividade de todos os cursos de Administração existentes na cidade de Campinas, assim mesmo, foi possível constatar que os futuros administradores dos cursos pesquisados têm conhecimento das referidas disciplinas e de sua aplicabilidade na gestão das organizações com fins de lucro, uma vez que 78% dos entrevistados tiveram aula de responsabilidade social e 94% tiveram de ética.

O fato de 94% responderem que sabem o significado de responsabilidade social empresarial e 96% responderem que sabem o que é ética empresarial demonstra, também, a transversalidade no ensino praticado nos cursos de Administração. Transversalidade, para efeito do presente artigo, que deve ser entendida como uma forma de organizar o trabalho didático onde alguns temas, que no caso específico são a responsabilidade social e a ética, devem ser integradas nas diversas disciplinas da grade curricular de forma a estarem presentes em todas elas.

Pode-se concluir que, os futuros administradores com o conhecimento da abrangência da responsabilidade social e da ética, obtido por meio de disciplinas regulares constantes das grades curriculares dos diversos cursos de Administração, como também, na forma transversal, proporcionarão, sem dúvida alguma, melhores formas de gestão, no futuro, nas organizações nas quais estarão trabalhando como profissionais contratados, prestadores de serviços ou empreendedores de seus negócios.

Ao concluir-se de que os futuros administradores introduzirão melhor forma de gestão das organizações que estarão trabalhando, não significa afirmar, até por limitação da pesquisa, preparo adequado na abrangência proposta por Carrol (1979), citada por Barbieri e Cajazeira (2004, p. 53), “[...] a responsabilidade social das empresas compreende as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem em relação às organizações em dado período”.

Conclui-se por último, que está ocorrendo tendência de que os conhecimentos adquiridos oriundos dos cursos de Administração, por parte dos futuros administradores, tornem as organizações mais conscientes do seu papel na sociedade onde estarão inseridos, no âmbito da responsabilidade social e da ética.

O problema da pesquisa foi respondido e permitiu entender, de forma positiva, que os futuros administradores poderão, sem dúvida alguma, fazer a diferença nas organizações nas quais irão trabalhar ou prestar serviços, no âmbito da responsabilidade social e da ética.

O trabalho, limitado a metodologia aplicada, revelou lacunas que poderão ser preenchidas por novas e mais abrangentes pesquisas de campo. Deve servir de incentivo para outros pesquisadores trabalharem com maior profundidade nas variáveis sobre responsabilidade social e ética, ampliando e contribuindo para que a área acadêmica aplique, no futuro, as conclusões dos estudos e pesquisas elaboradas.

REFERÊNCIAS

ALONSO, Félix Ruiz; LÓPEZ, Francisco Granizo e CASTRUCCI, Plínio de Lauro. **Curso de ética em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. **Código de ética**: um instrumento que adiciona valor. São Paulo: Negócio, 2002.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo e RAMOS, José Maria Rodrigues. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

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

CERTO, Samuel C; PETER, J. Paul. **Administração estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Person education do Brasil, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2008.

FIGUEIREDO, Antonio Macena; GUILHERM, Dirce. **Ética e moral**. Revista Internacional Interdisciplinar, UFSC, Florianópolis, v.5 p. 29-46. jan./jul.2008.

FRANÇA, Marco Aurélio de. **Além do lucro: o desafio da competição responsável.** São Paulo: Saraiva, 2007.

GOMES, Adriano; MORETTI, Sergio. **A responsabilidade e o social: uma discussão sobre o papel das empresas.** São Paulo: Saraiva, 2007.

KREITLON, Maria Priscila. **A Ética entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial.** Curitiba, XXVIIIENAPAD, 2004.

LEISINGER, Klaus M.; SCHIMITT, Karin. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial.** São Paulo: Saraiva, 2008.

PEGORARO, Olinto. **Ética dos maiores mestres através da história.** 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

ROCHA LOURES, Rodrigo C.. **Sustentabilidade XXI: educar e inovar sobre uma nova consciência.** São Paulo: Gente, 2009.

SILVEIRA, Maria do Carmo Aguiar Cunha. **O que é responsabilidade social empresarial?** Fortaleza, 2003. Publicado em: <www.fiec.org.br/artigos/social/responsabilidade_social_empresarial.html>. Acesso em: 03/nov.2011.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial: a gestão da reputação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

TACHIZAWA, Takeshy e ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.