

## RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ESTUDO DE CASO SOBRE A IMETAME METALMECÂNICA LTDA.

Adenir Alves de Sousa Filho [1]  
Giseli Nascimento de Almeida Oliveira [2]  
Katiene Costa Pereira [3]  
Marina Aparecida Santos de Souza Fávoro [4]  
Nilza Ribeiro dos Santos Oliveira [5]  
Simoni Casagrande Dal'Col [6]  
Isabela de Sousa Borges [7]

- [1] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [adenirfilho@hotmail.com](mailto:adenirfilho@hotmail.com)
- [2] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [giseli.medisa@gmail.com](mailto:giseli.medisa@gmail.com)
- [3] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [kcpereira@portocel.com.br](mailto:kcpereira@portocel.com.br)
- [4] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [msouzath@hotmail.com](mailto:msouzath@hotmail.com)
- [5] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [nilzasantt@hotmail.com](mailto:nilzasantt@hotmail.com)
- [6] Professora e orientadora da Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [simoni.casagrande@hotmail.com](mailto:simoni.casagrande@hotmail.com)
- [7] Professora e orientadora da Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail [isabela@fsjb.edu.br](mailto:isabela@fsjb.edu.br)

### RESUMO

O presente artigo apresenta a importância que a responsabilidade social corporativa possui, tanto para as organizações como para a sociedade, assumindo o compromisso de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, pois ela contempla um conjunto amplo de ações que beneficiam a sociedade e as corporações. Esse conjunto de ações são tomadas pelas empresas, levando em consideração a economia, educação, meio ambiente, saúde, transporte, moradia, atividade locais e governo. O conjunto de ações realizadas pela empresa Imetame Metalmecânica Ltda., sediada no município de Aracruz – ES exemplifica bem o que tange o conceito de responsabilidade social corporativa. A empresa foi fundada em 1980 e possui como principais atividades: fabricação, montagem e manutenção mecânica e industrial, com destaque nos segmentos de papel e celulose, siderurgia petroquímica e mineração, atuando em vários estados do Brasil. A empresa possui uma postura de organização moderna, preocupada com o desenvolvimento sustentável, servindo como referência para a apresentação desse artigo acadêmico.

**PALAVRAS-CHAVE:** responsabilidade social corporativa; organizações.

## **1 INTRODUÇÃO**

A responsabilidade social corporativa representa o compromisso com a ideia de organização como o conjunto de pessoas que interagem com a sociedade e assume o princípio de que as organizações têm sua origem e seus fins essenciais nas pessoas, as quais se organizam e se dispõem em diversos grupos de interesses, com peculiaridades e distintos tipos de relação. Contempla o impacto da ação da empresa em sua tríplice dimensão: econômica, social e ambiental, tendo como meta principal a consecução do desenvolvimento sustentável.

Para um maior entendimento sobre o tema, esse artigo apresenta o conceito de responsabilidade social corporativa, sua fundamentação e sua evolução histórica em paralelo com o que foi observado na empresa Imetame Metalmecânica Ltda., utilizada aqui como modelo e referência para o referido artigo.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A expressão "responsabilidade social" foi escrita pela primeira vez em um manifesto de 120 industriais ingleses. O documento menciona que a "responsabilidade dos que dirigem a indústria é manter um equilíbrio justo entre os vários interesses dos públicos, dos consumidores, dos funcionários, dos acionistas". Entretanto, as primeiras manifestações em defesa dessa ideia surgiram no início do século XX.

O novo direcionamento administrativo ganhou impulso após a Primeira Guerra Mundial, quando viu-se uma cooperação intensa entre a indústria e a comunidade pautada na necessidade de reconstrução de muitas nações. Nesse período, houve um crescimento das associações de indivíduos na sociedade, à exemplo dos sindicatos, igrejas e clubes políticos que, além de visarem a melhoria das condições do trabalhador, desejavam a melhoria geral da sociedade. Esse espírito de ajuda mútua que se iniciou na sociedade, aliado ao conhecimento científico aplicado à administração, começa a despertar a

responsabilidade social nos objetivos empresariais (ORCHIS; YUNG; MORALES, 2000, p. 4-6).

Na década de 1950, nos Estados Unidos o meio empresarial e acadêmico inicia uma discussão à respeito da importância da responsabilidade social pelas ações de seus dirigentes. No início da década de 1960, o tema começa a ser popularizado nos Estados Unidos. Os acontecimentos e as transformações sociais destacam os problemas sócio-econômicos e, de certa forma, preparam o ambiente para a aceitação da ideia. Na Europa, as ideias sobre responsabilidade social se multiplicam a partir da década de 60, com artigos de revistas e notícias de jornais que refletem a novidade oriunda dos EUA.

A década de 70 chega com a preocupação de como e quando a empresa deveria responder sobre suas obrigações sociais e é na França que se dá o passo oficial na formalização do assunto nessa mesma década. É o primeiro país a "obrigar as empresas a fazerem balanços periódicos de seu desempenho social no tocante à mão de obra e às condições de trabalho" (OLIVEIRA, 2000, p. 2-3).

Na década de 80, o aumento das pressões sobre as empresas pela busca de alterações nos aspectos econômicos, desponta-se como terreno propício à discussão e difusão das ideias de responsabilidade social, sobretudo nos países em via de democratização política, esse tema passa a ser associado com a ética empresarial e com a qualidade de vida no trabalho (DE BENEDICTO, 2002).

Com uma maior participação de diversos autores de renome na questão da responsabilidade social, a década de 90 apresenta a discussão sobre as questões éticas e morais nas empresas, envolvendo a questão ambiental, a educação e às grandes diferenças que caracterizam as injustiças sociais, o que contribui de modo significativo para a definição do papel das organizações.

## **2.1 Responsabilidade Social Corporativa**

De acordo com Ashley (2002), 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. Onde a organização

deve assumir obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

Em complemento Fischer (2003, p. 21) coloca que:

[...] a Responsabilidade Social é tomada como um conceito amplo, no qual a empresa, preservando seus compromissos de negócio, cria métodos, planos e incentivos, para que, interna e externamente, consiga colaborar com as expectativas de equilíbrio e justiça da sociedade, excedendo as funções que estão estabelecidas em lei e os próprios interesses inerentes aos seus negócios (FISCHER, 2003).

Diante da competitividade existente no mercado, a responsabilidade social corporativa (RSC) é cada vez mais um fator positivo para as empresas frente aos negócios. As empresas devem investir constantemente, de forma a produzir ou prestar serviços que não degradem o meio ambiente, devem promover a inclusão social e participar do desenvolvimento da comunidade de que fazem parte, entre outras iniciativas, são diferenciais cada vez mais importantes para as empresas.

Cada vez mais, as grandes e médias empresas optam por fornecedores que usam a RSC nos negócios. As empresas não só cumprem suas obrigações legais ao utilizarem princípios responsáveis, como se tornam mais éticas e transparentes em suas ações, isso faz com que ganhem credibilidade diante de seus parceiros, fornecedores, clientes, funcionários, governo e sociedade.

De acordo com CARROLL (1999), a responsabilidade social corporativa, está subdividida em quatro tipos: econômico, legal, ético e filantrópico, conforme segue descrito abaixo:

### **2.1.1 Responsabilidade Econômica**

É considerada o principal tipo de responsabilidade social encontrada nas organizações, sendo o lucro o principal motivo das empresas existirem. Ser responsável economicamente, significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita, com preços justos, de forma que a empresa continue suas

atividades, satisfazendo suas obrigações e maximizando seus lucros para os seus investidores.

De acordo com Friedman (citado em Daft, 1999, p. 90), esta abordagem significa que o ganho econômico é a única responsabilidade social.

É natural que o objetivo principal de uma empresa seja o lucro, mas para garanti-lo é necessário que este conceito esteja diretamente ligado aos desempenhos social e ambiental.

### **2.1.2 Responsabilidade Legal**

A responsabilidade legal define o que a sociedade considera importante com relação ao comportamento adequado da empresa. Ou seja, espera-se que as empresas atendam as metas econômicas dentro da estrutura legal e das exigências legais, que são impostas pelos conselhos locais das cidades, assembleias legislativas estaduais e agências de regulamentação do governo federal. No mínimo, espera-se que as empresas sejam responsáveis pela observância das leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários (Daft, 1999, p.90-91).

### **2.1.3 Responsabilidade Ética**

Segundo Daft (1999), a responsabilidade ética inclui comportamentos ou atividades que a sociedade espera das empresas, mas que não são necessariamente codificados na lei e podem não servir aos interesses econômicos diretos da empresa. A responsabilidade ética traz padrões, costumes, normas sociais, tradições e expectativas que refletem o que a sociedade e seus colaboradores acreditam ser justo e correto. Os gestores devem ser éticos na tomada de decisão, agindo com equidade, justiça e imparcialidade, respeitando os direitos de cada um.

### **2.1.4 Responsabilidade Filantrópica**

A responsabilidade filantrópica, também conhecida como discricionária, é puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética (Daft, 1999, p.91). Ou seja, estas ações não são obrigatórias, podem ser realizadas através de contribuições financeiras para projetos comunitários ou para instituições de caridades que não oferecem retornos para as empresas e nem mesmo são esperados.

### **3 IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

As organizações acreditam que a responsabilidade social está diretamente ligada ao seu desempenho econômico, portanto, é um investimento, em muitos casos, muito alto, mas que no final de um período pode trazer ótimos retornos financeiros. As organizações estipulam um percentual de sua receita para esse investimento, assim como é feito para aquisição de algum equipamento ou de expansão dos negócios e planeja onde irá investí-lo e qual o retorno esperado desse investimento.

Esse retorno ocorre em forma de aumento de produtividade, uma vez que, com as pessoas que fazem parte dessa organização satisfeitas em seus campos sociais, financeiros e pessoais, sua dedicação e retribuição para a organização será maior, ou seja, a responsabilidade social contribui para a imagem da organização. Essa postura promove o desenvolvimento de um marketing positivo que acarretará no crescimento e desenvolvimento de sua marca e de seus produtos e também possibilitará uma maior comodidade às pessoas que trabalham para essa organização, favorecendo o aumento de sua performance profissional.

### **4 ETAPAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Para a implementação da responsabilidade social corporativa no ambiente organizacional deve-se considerar as seguintes etapas:

- Vontade política da diretoria – é obrigatório, por estar norteadada por princípios e valores éticos e de responsabilidade, o comprometimento da alta direção;
- Realizar um diagnóstico da situação atual – para que sejam detectados eventuais pontos com necessidade de grandes adequações ou correções antes de começar a construção do sistema propriamente dito;
- Ações corretivas ou de adequações iniciais –providenciar um bem elaborado plano de ação que contemple: os ajustes essenciais, o sequenciamento entre ajustes, o desdobramento de cada ajuste em etapas e estas em atividades; as determinações das eficácias de cada atividade, etapa e ajuste; o plano de ação de cada ajuste;
- A eleição de um representante da direção (RD) – o sistema de gestão da responsabilidade social necessita de profissionais extremamente maduros e de perfis ilibados, cabendo a eles autoridade e responsabilidade para: assegurar que os processos necessários para a RSC sejam estabelecidos, implementados e mantidos;
- Definir uma equipe de trabalho- esse grupo tem que trabalhar como uma equipe, e para isto alguns treinamentos devem lhe ser oferecidos: posturas e comportamentos, minimização de conflitos, organização do trabalho, análise de processos, mapeamento de processos, PDCA, metodologia de análise e solução de problemas, elaboração de planos de ação e análise de eficácia de resultados;
- A política da responsabilidade social – a política deve estar plenamente de acordo com o Planejamento Estratégico da organização e seus valores propagados e praticados;
- O planejamento da RSC – essa etapa deve ser coordenada apenas por profissionais que realmente entendem do assunto. O planejamento deve: incluir clara definição de papéis, responsabilidades e autoridade, possuir um plano de treinamento de novos funcionários e/ou temporários quando da contratação, considerar treinamentos periódicos e programas de conscientização para os funcionários existentes, prever procedimentos para identificar e permitir acesso à legislação aplicável a seus aspectos da responsabilidade social, planejar os objetivos e metas de responsabilidade social, considerar os requisitos legais, aspectos ambientais, econômicos e sociais significativos, suas opções

tecnológicas, seus requisitos financeiros, operacionais e comerciais, os meios sociais e culturais em que a organização está inserida, incluir programas para atingir seus objetivos e metas de responsabilidade social, projetar o provisionamento de recursos para estabelecer, implementar, manter e melhorar o sistema da gestão de responsabilidade social;

- Elaboração dos procedimentos de RSC – deve ter procedimentos padronizados devendo ter clareza, sem ambigüidades e entendíveis por todos – sem exceção – da organização;

- Auditorias internas – para avaliar seu grau de evolução, detectar pontos de estrangulamento e de melhoria, e detectar entraves de carácter discriminatório ou equivalente que porventura estejam ocorrendo;

- Ações corretivas – Elas devem ser executadas para eliminar as causas de não conformidades de forma a evitar sua repetição;

- Auditoria de certificação – as normas certificáveis de RSC exigem que as evidências de conformidade devem ser demonstradas pela empresa.

## **5 O IMPACTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NA GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES**

As organizações necessitam reordenar completamente seus negócios e valores num ritmo cada vez mais acelerado. O ponto de partida para a definição de estratégias em uma companhia tem que partir da desconstrução sistemática das ortodoxias do seu setor de atividade, caminhando para uma inovação que contemple o conceito da responsabilidade social, investindo em novos processos de gestão, visando obter diferenciais competitivos que sejam interessantes aos seus stakeholders e às próprias organizações.

O crescente desafio exige que governos, empresas e sociedade organizem-se ao redor do desenvolvimento sustentável, que engloba tanto os aspectos econômicos, como os sociais e ambientais. Assim, o mundo empresarial identifica na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento.



O desempenho social inadequado e a falta de políticas bem elaboradas de cunho social podem ter sérias implicações organizacionais, acarretando prejuízos materiais e morais de modo a aumentar os custos e perder oportunidades de mercado. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania (Ashley, 2002).

As corporações tentaram inicialmente se diferenciar com um pequeno envolvimento, por exemplo, a obtenção de selos verdes. Mas hoje o consumidor tem uma visão mais ampla e não aceita uma empresa que não reflita sistemicamente seu impacto sobre o meio ambiente.

Além disso, essas profundas transformações mostram que o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas. Deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas por meio de soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis.

Para Ashley (2002), a nova realidade do mercado fez com que as empresas investissem mais em outros atributos, além do preço e qualidade hoje é essencial possuir serviço de pós-venda, produtos ambientalmente corretos, relacionamento ético com os consumidores, fornecedores e varejistas, além da valorização de práticas ligadas ao ambiente interno como a segurança dos funcionários e a preservação do meio-ambiente.

Hoje, as organizações não são vistas apenas como agentes econômicos puros que apenas vendem produtos, mas, administra suas relações com o público de forma transparente, companheira e solidária, visto que o que realmente vale na hora de competir são os aspectos intangíveis, mais difíceis de imitar: a reputação da marca quanto à qualidade, liderança, cultura que transmite, relação que estabelece com seus clientes, inovação e seu prestígio como marca global.

Não é surpreendente, portanto, que o gerenciamento do impacto econômico, ecológico e social tenha se tornado determinante, em alguns setores, para a melhoria de sua competitividade. Atrelar à marca uma imagem ética e

socialmente responsável tem se tornado um fator estratégico de competitividade moderna (Lisboa, 2000).

A reputação das marcas e das corporações, que hoje são componentes cruciais da capitalização de mercado das empresas, ficam mais vulneráveis diante dos temas emergentes da gestão. É responsabilidade de todos os gerentes e funcionários proteger a credibilidade da marca. O ambiente comercial também tem exigido da empresa, reinvenção e reorganização constantes, implicando um processo contínuo de reestruturação.

## **6 ESTUDO DE CASO: IMETAME METALMECÂNICA**

O presente artigo baseia-se num estudo de caso à respeito da empresa Imetame Metalmecânica Ltda., abordando a prática da responsabilidade social corporativa.

A empresa situada em Aracruz/Espírito Santo possui mais de 3.500 colaboradores e diversificou a atuação dos seus negócios através do Grupo Imetame, que compreende as empresas Imetame Energia, Imetame Granitos, Imetame Logística e Imetame Agronegócio.

A política do sistema de gestão integrado está devidamente alinhada à visão, missão e valores da empresa que é contribuir para um mundo melhor, promovendo a evolução e a realização dos sonhos das pessoas, envolvendo e satisfazendo os parceiros com gestão diferenciada de soluções profissionais, ambientais e sociais, fundamentadas em práticas simples, cidadãs, verdadeiras e conscientes.

A Imetame estabelece os seguintes valores na organização:

- Desenvolve ações conscientes promovendo a valorização da vida;
- Motiva a visão de futuro consciente, criando soluções para renovar os recursos naturais;
- Age para superar as expectativas de nossos parceiros;
- Atua em sintonia com a legislação;
- Promove a evolução contínua do sistema de gestão;
- Existe como referência de organização lucrativa e consciente.

## **6.1 AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA PRATICADAS PELA EMPRESA**

A empresa possui o Programa Nova Consciência, criado em 2003, que tem como objetivo contribuir para um mundo melhor, através de ações que conscientizam e provoquem mudanças de atitudes, beneficiando diretamente as comunidades vizinhas à sede da empresa (em Aracruz/ES) e às obras. O programa possui vários projetos desenvolvidos em paralelo, conforme citado abaixo:

### **6.1.1 Projeto Cultivando uma Nova Consciência**

O projeto incentiva famílias menos favorecidas da comunidade a cultivarem uma horta, para isso são fornecidos os implementos necessários, como sementes, adubo, materiais para o plantio e, se a horta estiver bem cuidada, a família recebe da empresa mensalmente uma cesta de alimentos proporcional à quantidade de membros da família. São realizadas visitas periódicas e as famílias recebem assistentes sociais da empresa que orientam sobre temas diversos como planejamento financeiro e familiar, noções de organização e higiene, entre outros, realizando desse modo um trabalho de sensibilização para o vivenciar de uma nova realidade.

### **6.1.2 Projeto Sonho Meu**

O objetivo do projeto é transformar ao final de cada ano, os recursos que seriam direcionados para a compra dos tradicionais brindes para clientes e parceiros em presentes para famílias menos favorecidas. São distribuídos eletrodomésticos, móveis, colchões, roupas de cama, entre outros presentes, com isso realizando alguns sonhos e necessidades de diversas famílias.

### **6.1.3 Projeto Amor que Aquece**

Durante o período do inverno a Imetame distribui para crianças da região de Aracruz/ES e localidades próximas da Bahia/BA, conjuntos de moletom e cobertores.

#### **6.1.4 Projeto Presenteando a inocência**

Antes conhecida como Ação de Natal, e hoje conhecida como presenteando a inocência, na época do Natal, meninas e meninos de 0 a 10 anos são presenteados com brinquedos. O objetivo do projeto é proporcionar um final de ano especial para crianças de localidades menos favorecidas. A ação acontece na região de Aracruz/ES e localidades da Bahia.

#### **6.1.5 Projeto Semeando Oportunidades**

Ao invés de enviar cadernos e agendas como brinde a clientes no início de ano, a Imetame beneficia crianças de 4 a 10 anos com mochilas e material escolar. É uma forma de a empresa apoiar as crianças na busca por um futuro melhor através da educação.

### **6.2 Resultado dos Projetos**

Os projetos que a empresa desenvolve contam com a participação direta dos funcionários, seja na assistência ao atendimento às pessoa atendidas pelos projetos ou no trabalho voluntário ligado diretamente a esses projetos.

Na tabela 1, segue o quantitativo de pessoas atendidas por projeto, nos exercícios de 2011 e 2012:

<b>PROJETOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Cultivando uma Nova Consciência	80 famílias-450 pessoas	85 famílias-427 pessoas
Sonho Meu	242 famílias-1.240 pessoas	236 famílias-615 pessoas
Amor que Aquece	8.011 crianças	7.321 crianças
Presenteando a Inocência	8.143 crianças	8.953 crianças
Semeando Oportunidades	7.787 crianças	8.548 crianças

Tabela 1: Quantitativo dos Projetos Sociais desenvolvidos pela Imetame Metal Mecânica Ltda.  
Fonte: Dados elaborados pelos autores (2013)

É possível comparar na tabela acima, o quantitativo de pessoas e famílias beneficiadas pelos projetos desenvolvidos pela Imetame durante os anos de 2011 e 2012.

Ressalta-se que a empresa conta com a colaboração do público interno que é formada pelos colaboradores, assim como comunidade em geral.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A responsabilidade social corporativa é o compromisso voluntário das empresas com o desenvolvimento da sociedade e a preservação do meio ambiente, desde sua composição social e um comportamento responsável com as pessoas e os grupos sociais aos quais se integram.

As ações vão além do mero cumprimento da norma legal estabelecida e da obtenção de resultados exclusivamente econômico sem curto prazo. Supõe um planejamento do tipo estratégico que afeta a tomada de decisões e as operações de toda organização, criando valor em longo prazo e contribuindo significativamente para obtenção de vantagens competitivas duradouras.

A responsabilidade social corporativa está baseada na ética, na transparência das relações entre diferentes públicos que dependem da organização, sejam seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas e comunidades, necessitando ter as ações vinculadas ao planejamento estratégico e serem sistêmicas e focadas em resultados, como foi observado no caso da empresa Imetame Metalmeccânica.

Ressalta-se que este artigo foi desenvolvido de forma acadêmica e que as informações referentes à empresa foram obtidas em consultas ao endereço virtual da Imetame e em entrevistas informais com colaboradores da empresa.

## **8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ASHLEY, Patrícia Almeida et al. **Ética e Responsabilidade Social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CARROLL, Archie B. **Corporate social responsibility. Business and Society.** Chicago, v. 38, n. 3, p. 268-295, Sept.

DE BENEDICTO, S. C. **A Responsabilidade Social das Empresas: uma relação estreita com a educação.** Lavras, UFLA/DED, 2002. 199 p. (Monografia de Especialização em Educação).

FISCHER, Rosa Maria. **A responsabilidade pelo desenvolvimento.** São Paulo, 2003. Texto de Apoio à Prova de Erudição do Concurso para Provimento do Cargo de Professor Titular do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRODER, Débora de Souza. **Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas.** São Paulo: Fundação Petrópolis, 2003. 77 p.

OLIVEIRA, F. R. M. **Relações públicas e a comunicação na empresa cidadã.** São Paulo: UNESP, 2000. (Monografia). Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br>>. Acesso em: 03 Jun. 2013.

ORCHIS, M. A.; YUNG, M. & MORALES, S. Impactos da responsabilidade social nos objetivos e estratégias empresariais. São Paulo: FAAP, 2000 (Monografia). Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br>>. Acesso em: 03 Jun. 2013.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social – Uma abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

História. Disponível em: <<http://alegre.imetame.com.br/pt-BR/institucional/historia>>. Acesso em: 30/03/2013.

Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://alegre.imetame.com.br/pt-BR/institucional/responsabilidade-social>>. Acesso em: 30/03/2013.

História do Grupo Votorantim. Disponível em: <<http://www.votorantim.com.br/pt-br/grupovotorantim/historia>>. Acesso em: 06/04/2013.

Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://www.votorantim.com.br/pt-br/grupovotorantim/responsabilidadesocial>>. Acesso em: 06/04/2013.