



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
ÁREA: GESTÃO E DESENVOLVIMENTO

O IMPACTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A EMPRESA E A SOCIEDADE: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA INKATERRA

GABRIELA PÉREZ IBACACHE
RA: 20650880

PROFESSORA ORIENTADORA: CAROLINA LOPES ARAUJO

Brasília/DF, 29 de outubro de 2010

GABRIELA PÉREZ IBACACHE

**O IMPACTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A EMPRESA E A SOCIEDADE:
ESTUDO DE CASO DA EMPRESA INKATERRA**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Professor Orientador: Carolina Lopes Araujo

Banca examinadora:

Prof. Carolina Lopes Araujo
Orientadora

Prof. Alano Nogueira Matias
Examinador

Prof. Mariângela Abraão
Examinadora

Brasília/DF, 29 de outubro de 2010

O IMPACTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A EMPRESA E A SOCIEDADE: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA INKATERRA

Gabriela Pérez Ibacache*

RESUMO:

A partir do entendimento de que as empresas estão inseridas em um ambiente complexo e que suas atividades influenciam a sociedade e o meio ambiente, para se manterem vigentes e competitivas num ambiente cada vez mais competitivo onde os consumidores estão cada vez mais conscientes e exigentes, as organizações tiveram que incorporar às suas estratégias a responsabilidade social empresarial. Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é analisar impactos da responsabilidade social empresarial sobre as vantagens competitivas das organizações e o processo de desenvolvimento sustentável das sociedades em que estão inseridas. Trata-se de uma pesquisa descritiva que apresenta um estudo de caso da empresa Inkaterra Peru S.A.C., escolhida devido a sua tipicidade como exemplo de empresa que prática a responsabilidade social empresarial. O levantamento dos dados foi feito por meio de pesquisa bibliográfica e documental. Os resultados indicam que ao adotar a responsabilidade social empresarial como um fator direcionador das estratégias da empresa, fazendo-o presente na sua cultura e atividades cotidianas, a empresa consegue resultados duradouros, impactando positivamente a sociedade em que está inserida favorecendo o processo de desenvolvimento sustentável e, ao mesmo tempo, criando vantagens competitivas que garantem o sucesso dos negócios e o seu reconhecimento.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial. Desenvolvimento sustentável.
Vantagens competitivas

* Estudante concluinte do curso de Administração UniCEUB, orientada pela professora Carolina Lopes Araujo.

1 INTRODUÇÃO

Os impactos ocasionados pela sociedade industrial do século XX, em que o foco era apenas a geração de lucro prejudicando a qualidade de vida das pessoas e intensificando os problemas ambientais, levaram a uma ampliação da discussão do conceito de responsabilidade social empresarial. Sob a ótica da sociedade pós-industrial, houve o entendimento de que as empresas estão inseridas em um ambiente complexo e que suas atividades influenciam ou têm impacto sobre a sociedade e o meio ambiente. Houve também uma conscientização da sociedade que começou a exigir uma postura diferente das empresas. Os consumidores começaram a perceber sua capacidade de impactar na lucratividade de uma empresa, ao escolher consumir os produtos e serviços de organizações que atuam em concordância com a valorização e o respeito o meio ambiente.

As organizações, para manterem seus resultados num ambiente cada vez mais competitivo com consumidores mais conscientes e exigentes, tiveram se atentar para as necessidades da sociedade em que estão inseridas, incorporando às suas estratégias a responsabilidade social.

Nesse contexto, o presente artigo busca responder a seguinte pergunta: como as ações de responsabilidade social empresarial impactam as empresas e as sociedades em que estão inseridas?

A realização deste artigo tem relevância acadêmica quando se relaciona à geração de conhecimento sobre um assunto que vem ganhando destaque nas organizações. Conforme argumentam Duarte e Torres (2005) “a responsabilidade social deixou de ser uma opção para tornar-se fator estratégico da política das empresas”. Do ponto de vista aplicado, a pesquisa é relevante na medida e que os resultados servirão de base para a revisão e o maior entendimento do assunto, evidenciando os impactos gerados pela adoção de uma gestão estratégica direcionada pela responsabilidade social. No tocante à relevância social, poderá fomentar uma maior conscientização da sociedade e das organizações ao mostrar exemplos concretos da formulação de ações que contribuem para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Dessa forma, o objetivo geral é analisar os impactos da responsabilidade social empresarial sobre as vantagens competitivas das organizações e o processo de desenvolvimento sustentável das sociedades em que estão inseridas. Para tanto

definiram-se os seguintes objetivos específicos: explicar o histórico e as contribuições para a evolução dos conceitos e das práticas de responsabilidade social empresarial; elucidar o conceito de desenvolvimento sustentável; articular os conceitos de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social empresarial; verificar como as ações de responsabilidade social podem contribuir para os resultados das empresas; apresentar um estudo de caso em que as ações de responsabilidade social se incorporam nas estratégias organizacionais e atividades cotidianas da empresa, traduzindo-se em vantagens competitivas; e verificar os impactos das ações da empresa em estudo, para a sociedade em que está inserida.

Em relação ao método de pesquisa, adotando a classificação de Vergara (2005), trata-se uma pesquisa descritiva, já que, busca elucidar a conexão existente entre as variáveis: responsabilidade social empresarial, desenvolvimento sustentável da sociedade e vantagens competitivas da empresa. Trata-se ainda, de um estudo de caso, pois apresenta o caso único de uma empresa que foi escolhida por incorporar a responsabilidade social em suas estratégias e atividades cotidianas, obtendo vantagens competitivas e impactando positivamente a sociedade em que se insere. A coleta de dados se deu por meio da utilização de pesquisa bibliográfica e documental. A partir de uma análise de natureza qualitativa, foi feita uma interpretação dos dados que, de acordo com Gil (1999), permite ao pesquisador fazer uma ligação entre os conhecimentos obtidos e a realidade. A partir dessa análise foi possível ter informações para responder ao problema de pesquisa.

Tendo em vista o objetivo deste trabalho e a sua natureza descritiva, num primeiro momento, o referencial teórico proporcionará o significado de termos importantes para o entendimento do assunto. Em seguida, será apresentado o método de pesquisa de forma mais detalhada. Na terceira etapa, será apresentado o estudo de caso da empresa Inkaterra Peru S.A.C., contendo: uma caracterização da empresa; as ações de responsabilidade social que a empresa realiza com os resultados correspondentes; e um quadro que relaciona essas ações aos três pilares do desenvolvimento sustentável. Após isso, a análise verifica os impactos dessas ações para a sociedade em que a empresa está inserida e sua contribuição para os resultados da empresa. Por último, as considerações finais do artigo expõem as conclusões finais, limitações e perspectivas para uma agenda futura de pesquisas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contribuições para desenvolvimento da responsabilidade social empresarial (RSE)

Para se manterem competitivas no mercado, as organizações têm reajustado suas estratégias (PINTO, 2002). Torna-se importante estarem atentas para as necessidades da sociedade onde estão inseridas. A evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial acompanhou o desenvolvimento da sociedade. Esse conceito, no entanto, está em permanente evolução.

No início do século XX, sob a ótica da sociedade industrial, o conceito de RSE contemplava apenas ao aspecto econômico, sendo entendida como a capacidade das empresas em gerar lucros, criar empregos e pagar impostos. A temática social e ambiental começou a ser incorporada ao conceito de RSE, com a inclusão do cumprimento de obrigações legais e ambientais, a partir, da pressão feita pela sociedade para que governo e empresas solucionassem os problemas decorrentes da industrialização – degradação da qualidade de vida; intensificação de problemas ambientais; e precariedade das relações de trabalho. Porém, foi sob a ótica da sociedade pós-industrial, que a ampliação do conceito de RSE consolidou-se. A transformação do modelo de produção e os avanços tecnológicos influenciaram as mudanças nos valores da sociedade, e as empresas tiveram que assumir que suas atividades têm impacto e são impactadas, por aspectos não só econômicos como também, sociais e ambientais (TENÓRIO, 2004).

Destarte, Duarte e Torres (2005), afirmam que, não só a transformação do modelo de trabalho e os avanços tecnológicos contribuíram para a ascensão do tema, mas também: a evolução da gestão empresarial, o mercado consumidor mais exigente e participativo, as questões relacionadas aos impactos negativos causados ao meio ambiente, o desemprego e a exclusão social. E assim, desenhado o novo panorama mundial, a RSE deixou de ser uma opção e passou a ser um fator estratégico da política das empresas, um direcionador estratégico de gestão.

O desenvolvimento da teoria do *stakeholders*, na década de 70, também contribuiu para a ampliação do conceito, pois trouxe uma visão sistêmica, com a compreensão de que as organizações “interagem com vários agentes, influenciando no meio ambiente e recebendo influência deste” (TENÓRIO, 2004, p. 24).

Atualmente, a relação entre as organizações e seus *stakeholders* é totalmente considerada no conceito de RSE, conforme Duarte e Torres (2005, p. 15), que caracterizam uma empresa socialmente responsável, como aquela que:

possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes envolvidas no negócio (*stakeholders*): acionistas, funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente, de forma que consiga incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender as demandas de todos.

Com o passar do tempo, houve uma conscientização da sociedade – em relação à valorização do ser humano, o respeito ao meio ambiente, a valorização da qualidade de vida e das ações sociais, tanto das empresas quanto dos indivíduos (TOFFLER, 1995 *apud* TENÓRIO, 2004), assim como, em relação à valorização do conhecimento e do capital humano. A sociedade foi percebendo suas condições de impactar na lucratividade da empresa, caso considere que a instituição está indo contra a valorização da sociedade e do meio ambiente. Essa relação é constatada por Srour (2000 *apud* TENÓRIO, 2004), quando expõe que, atualmente as empresas se encontram em um ambiente competitivo, motivo pelo qual devem resguardar sua marca e sua imagem. Por outro lado, o mercado, representado pela sociedade, tem condições para mobilizar-se e retaliar empresas socialmente irresponsáveis. A condição de cliente permite o exercício do direito de escolha e migração para os concorrentes. No entanto, as empresas, ao atuarem em discordância com práticas responsáveis, não podem desconsiderar que estão expostas a ativistas engajados na luta pelo consumo consciente. Desse modo, cabe-lhe fazer face às ameaças não apenas dos clientes que exercem seu direito de escolha pacífica, mas também da manifestação da fúria de ativistas que por meio de grafites e slogans, sabotagens de *hackers* ou realizando campanhas anticorporativas podem afetar duramente a imagem e os resultados da organização (DUARTE e TORRES, 2005).

O desenvolvimento do terceiro setor foi outro aspecto que contribuiu para a evolução da RSE como uma nova filosofia empresarial. De acordo com Duarte e Torres (2005, p. 19) o terceiro setor “não é o Estado nem o mercado, portanto, é não governamental e não lucrativo”. É constituído por instituições que representam a sociedade civil e buscam “desenvolver trabalhos sociais, impedir o mau uso do meio-ambiente, defender direitos e realizar outras tarefas que ajudam a sociedade a alcançar aqueles seus objetivos ainda não atendidos pelo Setor Público”

(CARVALHO, 2004, p. 17). Dessa forma, expressa uma alternativa para as desvantagens tanto do governo, com sua burocracia inoperante, quanto do mercado, associadas à maximização do lucro (MELO NETO e FROES, 2001). De acordo com Carvalho (2004, p. 17) sua existência deve-se “à mobilização da sociedade para reclamar direitos ao Estado e vigiar a atuação dos outros dois setores”.

Contudo, de acordo Tenório (2004), reafirmado por com Duarte e Torres (2005), foi em 1953, a partir da publicação do livro de Howard Bowen, *Social responsibilities of the businessman*, que o conceito ganhou destaque. Com isso, surgiram, na década de 70, associações interessadas em estudar o tema, e a responsabilidade social deixou de ser uma simples curiosidade e se transformou num novo campo de estudo.

2.2 Conceito de RSE

De acordo com Machado Filho (2006), “ainda não existe um conceito plenamente aceito sobre responsabilidade social”. Muitas vezes, a RSE é confundida com “ações sociais”. Com isso, sua essência é distorcida reduzindo seu escopo como atividade de cunho filantrópico. A Responsabilidade Social é um estágio mais avançado no exercício da cidadania. No entanto, tudo começou com a prática de atividades filantrópicas (MELO NETO e FROES, 2001).

Quando se fala em RSE, a empresa age com comprometimento, de forma estratégica, traçando metas que garantam o lucro e a satisfação do cliente, e igualmente, garantam o bem-estar social (DUARTE e TORRES, 2005).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma associação de empresas, sem fins lucrativos, criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e orientar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável. Essa instituição conceitua RSE como uma

forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (...), a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz (ETHOS, 2010a).

Quando faz referência aos públicos com os quais a empresa se relaciona, ou seja, seus *stakeholders*, engloba: acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente, cujas

demandas e necessidades a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios como base da sua atividade empresarial (ETHOS, 2010b).

Para o IDEC (2004, p. 14):

A RSE é vista como parte da cultura organizacional, de forma a produzir riquezas e desenvolvimento que beneficiem a todos os envolvidos em suas atividades – trabalhadores, consumidores, meio ambiente e comunidade. Essa visão inclui a promoção, pela empresa, dos seus valores éticos e responsáveis na sua cadeia de fornecedores e nos mercados onde atua.

De acordo com o *Business for Social Responsibility* (BSR)¹ o termo responsabilidade social corporativa se refere, de forma vasta, a decisões de negócios tomadas com base em valores éticos que incorporam as dimensões legais, o respeito pelas pessoas, comunidades e meio ambiente (MACHADO FILHO, 2006).

Trata-se de um conceito amplo, pois compreende valores, ações e relações. A análise detalhada desses três segmentos pode ser empregada na avaliação do exercício da responsabilidade social corporativa. Os valores são a dimensão ética da RSE expressados pelo comportamento que a empresa adota. As ações se referem à dimensão pragmática que compreende a forma como a empresa desenvolve suas ações sociais. As relações expressam como a empresa se relaciona com seus diversos *stakeholders* e dizem respeito à dimensão político-institucional. Assim, “quanto maior a participação da empresa nessas três dimensões, maior e melhor a sua gestão da responsabilidade social” (MELO NETO e FROES, 2001, p. 31-32).

2.3 Filantropia empresarial e Ações Sociais versus RSE

Conforme observado nos conceitos de apresentados, eis a diferença entre filantropia e RSE. Uma empresa socialmente responsável é aquela orientada por princípios e valores que estão presentes “em todas as suas ações, em todas as suas políticas, em todas as suas práticas, em todas as suas relações (TENÓRIO, 2004 e GRAJEW, 1999 *apud* DUARTE e TORRES, 2005, p, 23), sejam elas com seu público interno ou externo. Abrange mais que a participação em projetos sociais ou apoio a eles por meio de doações financeiras e materiais. Tem um foco social engajado à cultura e rotina da empresa, diretamente relacionado aos objetivos de negócios da empresa e, com isso, tem efeito transformador e duradouro. Já a doação, muito confundida com a prática socialmente responsável, nada mais é do

¹ Principal entidade mundial na área de responsabilidade social, reunindo cerca de 1.600 empresas que representam um faturamento total de mais de 1,5 trilhão de dólares (MACHADO FILHO, 2006)

que uma prática filantrópica. A ação filantrópica é uma ação social externa à empresa, fruto da maior sensibilidade e consciência social do empresário, de natureza assistencialista, caridosa e predominantemente temporária (DUARTE e TORRES, 2005; TENÓRIO, 2004 e MELO NETO e FROES, 2001).

Ainda de acordo com Duarte e Torres (2005, p. 23):

no âmbito empresarial, uma atividade é considerada de caráter filantrópico quando a empresa faz doações financeiras a instituições, fundações, associações comunitárias, etc. É uma ajuda, e ela ocorre eventualmente. Já quando se fala em responsabilidade social, a empresa age de forma estratégica, ou seja, são traçadas metas para atender as necessidades sociais, de forma que o lucro da empresa seja garantido, assim como a satisfação do cliente e o bem-estar social. Há um envolvimento, um comprometimento, que são duradouros.

Melo Neto e Froes (2001) resume no seguinte quadro algumas diferenças entre filantropia / ação social e RSE:

Filantropia/Ação Social	Responsabilidade Social
Ação individual e voluntária.	Ação coletiva.
Fomento da caridade.	Fomento da cidadania.
Base assistencialista.	Base estratégica.
Restrita a empresários filantrópicos.	Extensiva a todos.
Prescinde de gerenciamento	Demanda Gerenciamento.
Decisão individual	Decisão Consensual.

Figura 1: As diferenças entre a filantropia e a responsabilidade social empresarial.

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Froes (2001, p. 28)

Deste modo, a filantropia tem muitos méritos, porém, conforme Duarte e Torres (2005, p. 23), é “um paliativo para a grave conjuntura social, pois não busca a continuidade das ações e se concentra em ações esporádicas”. Tampouco garante que “as empresas, ao praticarem o ato filantrópico, estejam respeitando o meio ambiente, desenvolvendo a cidadania ou respeitando os direitos de seus empregados” (TENÓRIO, 2004, p. 29).

Em relação à confusão gerada na utilização dos termos relacionados à filantropia empresarial, Rohden (1996 *apud* ASHLEY, COUTINHO E TOMEI, 2000, p. 8) detectou que:

o termo filantropia empresarial é pouco utilizado para descrever as iniciativas de empresários na sociedade civil, sugerindo uma conotação paternalista. Novas designações como ação social empresarial, investimento social, participação social ou comunitária da empresa, desenvolvimento social ou cidadania empresarial seriam, portanto, mais adequadas.

2.4 Marketing Social versus RSE

Outro termo que é comumente confundido com RSE é *marketing* social. Segundo Kotler e Armstrong (1998 *apud* MIRANDA, 2002, p. 236), “o *marketing* social é definido como o projeto, implementação e controle de programas que procuram aumentar a aceitação de uma idéia, causa ou prática social entre um grupo-alvo”. Já para Pringle e Thompson (1990 *apud* KOTLER 2000, p. 48), é uma “atividade por meio da qual uma empresa com uma imagem, produto ou serviço a ser comercializado estabelece uma parceria ou um relacionamento com uma causa, ou com uma variedade de causas, em benefício mútuo”. Portanto, o objetivo do *marketing* social é “criar uma imagem positiva da empresa na mente do consumidor, através de ações construtivas à sociedade e comportamento ético” (NEVES, 2001, p. 18).

Em outras palavras, o *marketing* social é uma ferramenta que aplica os princípios e instrumentos do *marketing* para conceder um maior valor à proposta social (SCHIAVO, 1999 *apud* DUARTE e TORRES, 2005, p. 33). No entanto, não se restringe apenas a adaptação dos métodos e técnicas do “*marketing* comercial” para a área social, mas um novo modo de ver e entender as questões de aspecto social (DUARTE e TORRES, 2005). O *marketing* social é a forma de promover a imagem de responsabilidade social da empresa. Essa é a relação existente entre os dois termos. Morcerf e Seabra (2007, p. 12) reafirmam essa idéia: “Responsabilidade Social Empresarial é uma forma de gerenciamento dos negócios e o *marketing* social é a consequência deste gerenciamento”.

Porém, tanto o *marketing* social como a responsabilidade social referem-se a objetivos permanentes e ao cotidiano da organização, visando o bem-estar social acima da divulgação da imagem da empresa, agindo responsavelmente com os interesses e necessidades da sociedade e do meio-ambiente. Enquanto a filantropia está relacionada à caridade (PAGLIANO, 1999 *apud* PINTO, 2002).

A prática tem demonstrado que programas de responsabilidade social trazem resultados positivos não só para a sociedade, como também para as empresas. Porém, não adianta que a empresa faça programas cujo *marketing* social objetive apenas a promoção da imagem, pois no longo prazo não será possível sustentá-los e a empresa corre o risco de perder credibilidade, e conseqüentemente perder competitividade e até mesmo não sobreviver. Sendo assim, para que a empresa

possa obter resultados sustentáveis e duradouros, é necessário que tenha os valores incorporados às suas práticas, à sua cultura, e às suas estratégias de negócios (GRAJEW, 2005). Pois, “a imagem da marca pode ser atingida positiva ou negativamente pelo que ocorre em qualquer estágio do ciclo do produto ou serviço, ou em qualquer lugar do processo do negocio ou de atuação” (DUARTE e TORRES, 2005, p. 32)

Na prática, as ações que visam o bem-estar social têm efeito positivo no valor de mercado das empresas. Os investidores, por exemplo, são mais propensos a confiar seus recursos a empresas que apresentam uma reputação superior, devido a ter menores riscos e a apresentar oportunidades potenciais de *marketing* (CHAUVIN e HIRSCHEY, 1994 *apud* MACHADO FILHO, 2006).

2.5 Desenvolvimento Sustentável (DS)

Paralelo à expansão da RSE, o interesse pelo desenvolvimento sustentável (DS), um dos objetivos da responsabilidade social, também vem sendo impulsionado. Isto, devido aos efeitos negativos e impactos ambientais ocorridos como consequência do modelo de progresso herdado da Revolução Industrial, caracterizado por um crescimento econômico a qualquer preço (BRAUN, 2005). Progresso o qual, segundo Brasil (1991), mostrou-se ecologicamente predatório, socialmente perverso e politicamente injusto. No entanto, da mesma forma em que é possível conceber sociedades que se caracterizam pelo desenvolvimento predatório, pelas desigualdades e pelos conflitos, é possível conceber o contrário, isto é, sociedades em que o homem possa viver com qualidade e cujo futuro não esteja comprometido pelo saque aos recursos naturais (CAMPBELL, 2002).

O desenvolvimento sustentável é justamente aquele que se preocupa com a sustentabilidade. De acordo com SustainAbility (2010 *apud* ETHOS 2010a), “ter sustentabilidade significa assegurar o sucesso do negócio a longo prazo e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, um meio ambiente saudável e uma sociedade estável”.

Segundo CMMAD (1991, p. 46), desenvolvimento sustentável é o “desenvolvimento que satisfaz nossas necessidades hoje, sem comprometer a capacidade das pessoas satisfazerem as suas no futuro”. A finalidade do DS é conseguir crescer economicamente por meio da preservação do meio ambiente e

pelo respeito aos anseios dos diversos agentes sociais, contribuindo assim para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Nesse conceito, é fundamental a preservação dos recursos necessários para a sobrevivência das gerações atuais e futuras (TENÓRIO, 2004).

Na abordagem proposta pelo *Business Council for Sustainable Development*, em 1990, “o desenvolvimento sustentável é composto pelas dimensões econômica, ambiental e empresarial” (TENÓRIO, 2004, p. 25). Essas três dimensões são também chamadas de três pilares do DS por Sachs (2002, p.35), quando diz que “os três pilares do desenvolvimento sustentável são: relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica”.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Adotando a classificação de Vergara (2005), quanto aos fins a que se destina, esta pesquisa é caracterizada como uma pesquisa descritiva, para a qual se pretende apresentar o caso de uma empresa que, ao incorporar a responsabilidade social em suas estratégias e atividades cotidianas, obtém vantagens competitivas e impacta positivamente a sociedade em que se insere. Segundo Vergara (2005, p.44), a pesquisa descritiva expõe as características de determinado fenômeno, podendo apresentar relações entre variáveis componentes da situação em análise. Ela não se presta, no entanto, a formular explicações precisas sobre o fenômeno estudado, apesar de servir para elucidar a conexão existente entre as variáveis.

Por estar circunscrita ao estudo de uma única empresa, quanto aos meios utilizados para sua realização, ainda de acordo com Vergara (2005), caracteriza-se como um estudo de caso. Yin (*apud* ROESCH, 2005) afirma que o estudo de caso “é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno em seu contexto”. Já para Gil (1999, p.72-73)

o estudo de caso vem sendo utilizado com frequência cada vez maior pelos pesquisadores sociais, visto servir a pesquisas com diferentes propósitos, tais como: explorar situações da vida real cujos limites não são claramente definidos; descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; e explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos.

Aplicando-se ao caso desta pesquisa. Segundo Roesch (2005, p. 155), “o estudo de caso como estratégia de pesquisa pode ser utilizado de modo descritivo buscando associações entre variáveis, com evidências de caráter quantitativo e

qualitativo”. Neste caso, os dados e análises têm caráter qualitativo. O caso da empresa Inkaterra foi escolhido devido a sua tipicidade como exemplo de empresa que pratica a responsabilidade social empresarial contribuindo para o processo de desenvolvimento sustentável da comunidade em se que insere e criando vantagens competitivas para a organização.

Para a coleta de dados foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise documental. A pesquisa bibliográfica presume o estudo sistematizado de materiais acessíveis ao público em geral (VERGARA, 2005, p. 48). Assim, foram consultados livros e artigos científicos sobre o tema, como também as páginas da internet de Inkaterra e da sua ONG ITA. Reportagens de jornais e revistas também serviram como fonte de informações para o trabalho. A pesquisa documental se deu pelo acesso a registros institucionais escritos cedidos pela empresa, como um livro que se encontra em condição de manuscrito, criado no ano de 2010, chamado “Inkaterra: *Una alianza para el autofinanciamiento de la Conservación y el desarrollo Comunal mediante el Turismo*”, cuja autoria pertence ao fundador e proprietário da instituição, *Jose Koechlin*, juntamente com *Juan Luis Tord*, responsável pelas publicações e relações públicas da empresa. Este livro permitiu conhecer a história da empresa e sua atuação, como também, identificar todas as ações que realiza em prol do desenvolvimento sustentável por meio do financiamento gerado pelas atividades turísticas.

A apresentação dos dados foi feita mediante caracterização da empresa em estudo e a montagem de um quadro que apresenta as ações que a empresa realiza, permitindo uma melhor visualização. Já o tratamento desses dados, contou com a adaptação do modelo dos três pilares do desenvolvimento sustentável proposto por Sachs (2002), onde foram distribuídas as ações segundo os impactos que oferecem sobre as três variáveis que compõem o DS, sejam: o social, o ambiental e o econômico.

A análise dos dados se deu por meio da interpretação dos dados, o que, segundo Gil (1999, p. 185), é o tipo de análise que permite ao pesquisador a busca de um conhecimento da realidade em análise ao fazer a ligação dos dados com outros conhecimentos já obtidos anteriormente, como aqueles dispostos na teoria de base. A partir dessa análise foi possível ter informações para responder ao problema de pesquisa.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 Caracterização da empresa

INKATERRA é uma empresa peruana fundada por Jose Koechlin Von Stein, em 1975. Realiza pesquisa ecológica para a preservação, por meio da criação de empregos locais, sustentada por atividades hoteleiras.

Jose Koechlin é um empresário que começou sua carreira na indústria pesqueira. No ano de 1972 foi produtor de um filme rodado na selva amazônica, e paralelamente desenvolveu atividades junto a biólogos da Universidade Berkeley nos Estados Unidos. Assim surgiu seu interesse pela criação de um projeto hoteleiro na floresta. Sua devoção pelo tema do desenvolvimento sustentável fez dele um líder em ecoturismo e preservação.

Em 1975, foi criado o albergue Inkaterra Reserva Amazônica, localizado na floresta amazônica do sul do Peru, em “Madre de Dios”. Este foi um empreendimento inusitado, o primeiro da região a ter uma filosofia de desenvolvimento sustentável, que era contra a proliferação da mineração e o desmatamento ilegal que afetava a região. Financiado pelo turismo, promoveu o desenvolvimento de pesquisas científicas sobre biodiversidade e sua divulgação para funcionários, estudantes da região e hóspedes. Recebeu pesquisadores de diversas instituições do mundo e passou a realizar excursões que mostram aos visitantes essa região do Amazonas. O propósito do albergue não era apenas atrair pessoas, mas também permitir entender mais sobre a floresta.

Em 1976 Jose Koechlin doou cinco hectares a *Machu Picchu Pueblo*, proporcionando melhorias no planejamento de urbanização da região. Foram construídas uma estação de trem, uma escola, um mercado, um hospital, uma quadra de futebol e uma área de moradias. Essas benfeitorias motivaram a construção de uma estrada que une o povoado à ponte “*Ruinas*” que leva até o sítio arqueológico de Machu Picchu.

Em 1980 iniciou-se a restauração ecológica na floresta de névoa do Santuário Histórico de Machu Picchu, que contou com plantação de árvores e plantas nativas. Em 1982 iniciou-se o planejamento e execução da criação do jardim de orquídeas e bromélias, e a plantação de chá, plantas medicinais e vegetais orgânicos, que são consumidos pelos hóspedes e funcionários. Nasce *Inkaterra Machu Picchu Pueblo*

Hotel, um hotel que tem 85 casas, localizado na floresta de nuvens do Santuário Histórico de Machu Picchu.

O próximo empreendimento foi a restauração de um importante casarão do século XVI, onde moraram os primeiros colonizadores espanhóis. Nesse casarão foi criado o hotel boutique *Inkaterra La Casona*, com 11 suítes elegantes, localizado na histórica cidade de *Cusco*, perto da praça *Nazarenas*, famosa pela sua arquitetura.

Em março de 2001, formalizou-se a constituição da ONG *Inkaterra Asociación* – ITA, adotando um novo modelo de gestão que, a partir da geração de produtos ecoturísticos financia programas de pesquisa, preservação e desenvolvimento sustentável. Por tanto, é uma instituição independente e auto-sustentável.

Durante mais de 35 anos, Inkaterra tem sido pioneira e líder na promoção do turismo sustentável, apresentando ao mundo os recursos naturais e a cultura indígena do Peru e valorizando os recursos e belezas naturais da região. O desenho dos hotéis é feito em concordância com a cultura local e mantêm o estilo nativo. Recebe apoio de importantes instituições, como *International Finance Corporation* do Grupo do Banco Mundial, a *Global Environmental Facility* da ONU, e a *National Geographic Society*. Inkaterra encontra-se atualmente em expansão para outros locais do Peru.

4.2 Ações de responsabilidade social empresarial de Inkaterra

Foram coletados dados a respeito das ações que a empresa Inkaterra realiza. Por meio da análise dessas ações, buscou-se verificar como a empresa pode caracterizar-se como empresa socialmente responsável, pois suas práticas de responsabilidade social fazem parte da estratégia da empresa e de suas atividades cotidianas.

As ações foram classificadas nas seguintes categorias: Preservação, Meio Ambiente e Cultura; Conservação da vida selvagem; Comunidade: saúde; Comunidade: alívio da pobreza; Comunidade: atividades educacionais e Qualidade de vida dos funcionários.

O quadro a seguir organiza e apresenta as ações que a empresa realiza segundo essas categorias, para uma melhor visualização:

Preservação, Meio Ambiente e Cultura			
Nº	Titulo	Ação	Resultado
1	<p>Pesquisas dos recursos naturais do Peru para sua conservação, financiadas pelas atividades turísticas.</p> <p>Publicação das pesquisas que realiza ou patrocina.</p>	<p>Pesquisas científicas de campo financiadas por Inkaterra para conhecer a biodiversidade da floresta amazônica e da floresta de nuvens.</p> <p>Publicação dos livros: “<i>Cusco Amazônico</i>” – 2005; “<i>Flórua de La Reserva Ecológica Inkaterra</i>” – 2006; “<i>Orquídeas em Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel</i>” – 2007.</p> <p>Divulgação de cartilhas identificadoras de aves, orquídeas e borboletas.</p> <p>Divulgação da lista de espécies (<i>check list</i>) de aves utilizadas, inclusive no “Dia das Aves”, para observar aves.</p> <p>Criação do DVD interativo de aves da Amazônia e a floresta de nuvens.</p> <p>CD educativo que contém gravações dos cantos de aves.</p>	<p>Permitiu registrar 192 espécies de aves (18 de colibris), 111 de borboletas, 372 espécies nativas de orquídeas, samambaias e bromélias.</p> <p>Compartilhamento das pesquisas que são desenvolvidas desde 1978 sobre a biodiversidade na Reserva Amazônica e, desde 1982 na floresta de névoa.</p>
2	Luta contra mudanças climáticas	Estabelecimento de uma área preservação permanente que corresponde a 17 mil hectares de florestas tropicais amazônicas na Reserva Ecológica Inkaterra, em parceria com a Universidade Britânica Leeds.	Captura de 3,3 mil toneladas de dióxido de carbono, pelo uso sustentável dessa floresta.
3	Preservação cultural da música	Produção e investimento em artistas peruanos, da nova geração, para a difusão musical da cultura e costumes peruanas.	<p>Realização dos CDs de música peruana “Café Inkaterra” e “Serenata Inkaterra”, que unem a musica tradicional peruana com as tendências modernas.</p> <p>Criação da corrente musical “chill out andino”.</p>
4	Restauração botânica para a conservação e proteção das florestas de névoa.	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Foram plantadas árvores escolhidas por produzirem frutos que atraem aves. E criação de um jardim de orquídeas, bromélias e samambaias.</p>	<p>Restauração de 5 hectares de floresta de nuvens em Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel.</p> <p>Conseguiu registrar 192 espécies de aves, 111 de borboletas e 372 espécies nativas de orquídeas.</p>
5	Restauração da Agricultura tradicional nativa na floresta de nuvens,	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Plantio e colheita de uma horta com legumes e vegetais orgânicos e nativos, sem utilização de produtos químicos como adubo.</p>	<p>Colheita de legumes e vegetais frescos para o consumo dos empregados do hotel e os hóspedes, resgatando espécies nativas de vegetais.</p> <p>Evitar a geração de carbono pelo transporte desses produtos.</p>

6	Restauração de chá e seu processamento manual.	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Recuperação de plantas de chá, que foram abandonadas devido aos efeitos da Reforma Agrária.</p> <p>Processamento manual do chá, sem utilização de máquinas e/ou equipamentos.</p>	<p>Colheita e consumo do chá pelos funcionários e hóspedes.</p> <p>Experiência vivencial saudável para hóspedes.</p> <p>Evitar a geração de carbono pelo transporte desses produtos.</p> <p>Orientação aos agricultores da região para a utilização desse modelo em suas terras podendo melhorar suas rendas.</p>
7	Restauração de um casarão do século XVI onde moraram os primeiros colonizadores espanhóis na cidade de <i>Cusco</i> .	Investimento de mais de 3 milhões de dólares na restauração da infraestrutura e decoração do casarão declarado Monumento Histórico Nacional pelo Instituto Nacional de Cultura Peruana e protegido pelo Estado Peruano.	<p>Criação do terceiro hotel da rede Inkaterra, um hotel boutique de luxo, que reflete uma elegante mistura de cultura e tradição.</p> <p>O hotel faz parte da “Relais & Chateaux”, prestigiosa associação francesa de hotéis e restaurantes de luxo.</p>
8	Restauração do acesso aos sítios arqueológicos <i>Coquesuysuy</i> e <i>Wiñay Wayna</i> .	Convênio assinado entre Inkaterra e o Instituto Nacional de Cultura do Peru, permitiu habilitar o acesso a esses sítios arqueológicos como destinos turísticos, incluindo medidas de segurança.	<p>Os visitantes têm acesso à <i>Coquesuysuy</i>, podendo transitar pelo local e continuar sua caminhada pelo Caminho Inca até <i>Wiñay Wayna</i> e a cidadela <i>Machu Picchu</i>.</p> <p>Proporcionou mais opções para quem percorre o Caminho Inca diminuindo a carga da rota do caminho tradicional.</p> <p>Criação de um circuito que estimule os visitantes a ficar no hotel <i>Machu Picchu Pueblo Hotel</i>, criando também mais empregos locais.</p>
9	Cuidado e proteção de pinturas rupestres.	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Proteção das rochas que contêm pinturas rupestres, localizadas nos jardins do hotel.</p>	<p>Conservação de um patrimônio cultural.</p> <p>Ensino aos hóspedes e funcionários sobre esses vestígios dos homens que habitaram a floresta de nuvens.</p>
10	Desenvolvimento urbano do povoado de Machu Picchu desde 1976.	Jose Koechlin doou 5 hectares ao povoado de Machu Picchu (equivalentes a 1/3 do povoado), promovendo o desenho do planejamento urbano onde foram construídas: uma estação de trem, uma escola, um mercado, um hospital, uma quadra de futebol e uma área de moradias.	Melhor planejamento urbano de Machu Picchu e estabelecimento de serviços básicos, necessários para o desenvolvimento dos habitantes do povoado.
11	Utilização de energia que gera quantidades mínimas de carbono.	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>A energia utilizada no hotel é gerada pela hidrelétrica de <i>Machu Picchu</i> que aproveita o rápido fluido de águas do rio <i>Vilcanota</i>, que passa frente ao hotel, sem contaminar.</p> <p><u>No albergue Inkaterra Reserva</u></p>	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Baixa emissão de carbono com a produção e utilização de energia elétrica que aproveita recursos naturais do local.</p> <p><u>No albergue Inkaterra Reserva Amazônica:</u></p> <p>Baixa emissão de carbono devido ao</p>

		<u>Amazônica:</u> Utilização de energia a gás, que produz 82% da energia utilizada.	uso de energia a gás. Redução da utilização do petróleo em 12% e do querosene em 6%.
12	Redução dos materiais e produtos que emitem carbono objetivando a diminuição dos efeitos da poluição.	Troca das lâmpadas comuns por lâmpadas fluorescentes compactas e redução da utilização de plásticos em todos os hotéis. No Inkaterra Reserva Amazônica são utilizadas também lamparinas à noite. Reciclar tudo que for possível.	Menor emissão de carbono em todos os hotéis.
13	Dia Mundial da Água.	São recolhidos plásticos e outros desperdícios nas margens dos rios das aldeias locais. Palestras nas comunidades que ficam perto dos hotéis, sobre a contaminação da água e sua preservação. Estudos da qualidade da água feitos em parceria com a ONG ACEER e com a empresa <i>Stroud de New York</i> .	Menor quantidade de lixo nos rios próximos aos hotéis e criação de uma consciência sobre a importância da água. Confirmação de que a água utilizada nos hotéis é potável.
14	Dia Mundial do Meio Ambiente.	São recolhidas sementes e depois plantadas. É feita uma coordenação para desligar as luzes das propriedades de Inkaterra durante uma hora. Presenteiam-se os colaboradores com sementes para incentivar a reflorestação e cuidado familiar das plantas. Presenteiam-se cada área da empresa com uma planta de cactos.	Criação da consciência ambiental e para diminuição da emissão de carbono. Educação dos funcionários sobre manejo de papéis, plásticos, orgânicos, etc. Educação da comunidade local sobre os cuidados ao meio ambiente.
15	Dia Mundial do Turismo Responsável.	São recolhidas sementes e feita o reflorestamento com os hóspedes do hotel. Limpeza dos rios e jardins próximos aos hotéis.	Educação e criação da consciência ambiental dos hóspedes, funcionários e comunidades próximas, a respeito do cuidado com o meio ambiente e o turismo responsável.
16	Dia das aves	Desde 2006 realiza a competição chamada de <i>Inkaterra Big Birding Day</i> , que conta com uma equipe de interpretes ambientais, funcionários de Inkaterra e convidados que podem ser hóspedes. A idéia é reportar por observação ou pela audição a maior quantidade de aves, em relação às registradas.	Criação da consciência dos funcionários sobre a importância do cuidado dessas aves. Pesquisa e identificação das aves que podem ser observadas nos hotéis, podendo melhorar as informações nas excursões feitas por hóspedes.
17	Manejo dos resíduos e do lixo.	As águas residuais vão para um poço séptico e depois são derivadas à rede publica de esgoto. Tratamento do lixo orgânico, que consiste em utilizar as cascas de	Tratamento Primário do Esgoto.

		<p>frutas e vegetais como fertilizantes para o cultivo dos jardins dos hotéis.</p> <p>Anualmente são realizadas campanhas de limpeza dos hotéis e seus arredores, com a participação de hóspedes e funcionários.</p> <p>Utilização de materiais recicláveis e não contaminantes em publicidade, <i>marketing</i> e higiene, com a marca própria da empresa.</p>	<p>Adubação orgânica no jardim.</p> <p>Conscientização Ambiental</p> <p><i>Marketing Social.</i></p>
Conservação da vida selvagem			
Nº	Título	Ação	Resultado
18	Proteção do Urso de óculos (ou Andino), em perigo de extinção.	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Criação de um centro de resgate para proteção e ajuda deste mamífero que se encontra em perigo de extinção.</p> <p>Os ursos são resgatados de cativeiros onde são mal tratados.</p>	<p>Atualmente trabalham com três ursos, um dos quais tem apenas 11 meses.</p> <p>Reinserção de uma urso, de quatro anos, a vida selvagem.</p>
19	Restauração das espécies nativas de orquídeas que habitam a floresta de névoa.	<p><u>No Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel:</u></p> <p>Criação de um jardim de orquídeas e criação de um departamento de biologia para pesquisa, onde foram registradas 372 espécies.</p>	<p>De acordo com a <i>American Orchid Society Magazine</i> é a maior coleção mundial de orquídeas colocadas em seu habitat natural numa propriedade privada, aberta ao público.</p> <p>Criação e publicação de um livro sobre as espécies de orquídeas, que apresenta fotografias e descrição científica.</p>
20	Criação de um borboletário	Criação de larvas de diferentes espécies de borboletas da floresta amazônica tropical e distribuição ao meio ambiente de diferentes espécies criadas em laboratório.	<p>Borboletário de Inkaterra localizado ao lado do aeroporto de <i>Puerto Maldonado</i>, localizado à uma hora do albergue Inkaterra, onde os hóspedes podem observar borboletas que estão soltas no jardim do borboletário.</p> <p>Aprendizado e ensino aos hóspedes e estudantes das escolas da cidade.</p>
21	Pesquisa e amostra de espécies de colibris que habitam as florestas dos hotéis Inkaterra.	Instalação de bebedouros nos jardins, nas florestas y nos arredores dos hotéis, para atrair os colibris.	<p>Monitoramento científico sobre as diferentes espécies e seu comportamento <i>in situ</i>.</p> <p>Podem ser apreciados de perto.</p> <p>Aprendizado e ensino aos hóspedes e estudantes das escolas da cidade.</p>
22	Pesquisa científica sobre a biodiversidade da Amazônia tropical e a floresta de névoa.	Criação de Casas de Pesquisa gerenciadas pela ONG Inkaterra Associação, onde são hospedados pesquisadores de diferentes especialidades e que, realizam	Informações objetivas a respeito da biodiversidade da região permitindo publicações importantes sobre o assunto.

		pesquisas sobre a biodiversidade	
23	Criação de passarelas no topo das árvores para observação de animais e aves.	Em 2004 foi criado o <i>Canopy Walkway</i> de Inkaterra, com o apoio das Nações Unidas e o Banco Mundial. Consiste na construção de sete pontes suspensas, duas torres com estrutura e escadas de madeira e oito plataformas de observação do dossel da floresta amazônica.	Ajuda nas pesquisas científicas sobre a biodiversidade da floresta úmida tropical amazônica, proporcionando a observação, inventariado e monitoramento de aves, animais, plantas e árvores. Acesso confortável e seguro ao mundo das copas das árvores por cientistas, estudantes e hóspedes.
Comunidade: Saúde			
Nº	Título	Ação	Resultado
24	Saúde bucal para crianças das comunidades próximas.	Tratamento odontológico das crianças com odontologistas profissionais. Criação de fichas odontológicas para cada criança e tratamento dos dentes.	Criação do Programa Saúde Bucal para crianças da escola da comunidade de Madama, localizada no <i>Distrito Las Piedras</i> , o mesmo do albergue de Inkaterra.
25	Campanha para cura das crianças com lábio leporino	Realização da campanha de cura do lábio leporino em crianças das comunidades próximas ao albergue de Inkaterra, estendendo o benefício a outros locais próximos, como <i>Puerto Maldonado</i> , <i>Iberia</i> , <i>Iñapi</i> e o inclusive <i>Asis</i> (povoado brasileiro que faz fronteira com o Peru).	Cura de 60 crianças com lábio leporino, mediante cirurgias realizadas por profissionais peruanos e alemães, financiados pela ONG ITA e outros patrocinadores.
26	Pesquisa sobre Malaria.	Cientistas especialistas em Malaria do <i>Atlanta Center for Disease Control</i> (USA) pesquisaram sobre o mosquito <i>Anopheles</i> , que transmite a doença, financiados pela ONG ITA.	A pesar da presença do mosquito na região, determinou-se que não era prejudicial, pois, o tempo de vida do mosquito não permite desenvolver a doença, devido à altura de 2,020 m.s.n.m.
Comunidade: Alívio da Pobreza			
Nº	Título	Ação	Resultado
27	Criação de empregos para pessoas das comunidades locais.	A maior parte dos 500 funcionários de Inkaterra são pessoas que moram nas comunidades locais próximas as instalações, isto quer dizer que, Inkaterra dá preferência a estas pessoas.	No Inkaterra Reserva Amazônica e no escritório de apoio localizado em <i>Puerto Maldonado</i> 85% dos trabalhadores são dessa cidade ou de <i>Cusco</i> . No Mapi de <i>Machu Picchu Pueblo</i> 76% dos funcionários são de <i>Cusco</i> e <i>Puno</i> . No hotel Inkaterra <i>La Casona</i> e no escritório de apoio de <i>Cusco</i> 69% dos trabalhadores são dessa cidade, de <i>Concepción</i> e de <i>Arequipa</i> . No Inkaterra <i>Machu Picchu Pueblo Hotel</i> 75% dos funcionários são de <i>Cusco</i> , <i>Machu Picchu</i> ou povoados próximos.

28	Capacitação produtiva e comercial das comunidades locais	<u>Oficinas de:</u> Atividades Agroflorestais Apicultura Piscicultura Criação de animais silvestres.	Melhoria das condições de vida da população local. Orientação, motivação e melhoria da capacidade de utilização da floresta e do solo, assim como também, controle de pragas e cultivos orgânicos. Redução do volume de desmatamento para o estabelecimento de chácaras, ajudando a manter as florestas. Plantações e colheitas de cultivos rentáveis pela comunidade local.
29	Melhoramento do povoado de Machu Picchu e seus arredores.	Pesquisas realizadas em parceria com INC, SERNANP, <i>Pratt Institute</i> (USA) e a prefeitura de Machu Picchu para estabelecer diretrizes que permitam a aplicação das indicações de arquitetos e engenheiros, para melhoria da arquitetura e dos serviços prestados aos visitantes.	Desenvolvimento de projetos de melhoramento das fachadas, das construções e melhor aproveitamento da luz solar.
30	Desenvolvimento sustentável da chacara <i>Gamitana</i> perto do albergue Inkaterra.	Há 12 anos a ONG Inkaterra vem trabalhando com cultivos de frutas, espécies arbóreas e palmeiras. Inkaterra também compra parte das colheitas para serem utilizadas na cozinha do albergue.	Desenvolvimento de uma estação modelo na Amazônia. Que é utilizada por Inkaterra como um destino das suas excursões. Mostrando os produtos e a forma como se trabalha numa chacara de selva. Servir de exemplo para outros projetos de desenvolvimento sustentável.
31	Desenvolvimento sustentável da chacara da comunidade de <i>Juan Pablo</i> .	Apoio técnico nas atividades de agroflorestais e plantio de frutas, (ao lado da chacara <i>Gamitana</i>).	Cultivo e plantio de produtos com demanda no mercado. Ajuda a comunidade rural proporcionando uma oportunidade de trabalho estável e contínuo, sem a emissão de carbono no meio ambiente.
32	Avaliação para ajudar as comunidades de <i>Madama</i> e <i>La Tormenta</i> , no <i>Distrito Las Piedras</i> .	A ONG está avaliando as terras rurais dessas comunidades para dar uma assessoria nos projetos de cultivos viáveis.	Atualmente ainda está sendo avaliado este projeto.
Comunidade: Educacionais			
Nº	Título	Ação	Resultado
33	Apoio ao desenvolvimento do programa curricular de ciências e meio ambiente da Escola de <i>Madama</i> .	Realização de saídas de campo e ensinamentos em aula sobre meio ambiente, vida selvagem e recursos naturais da região.	Melhorar as possibilidades do uso sustentável da biodiversidade nos arredores do rio <i>Madre de Dios</i> e da <i>Reserva Nacional Tambopata</i> . Alunos reconhecem melhor as espécies de mamíferos, aves, répteis e árvores da floresta tropical amazônica. Fortalecimento da consciência sobre

			o cuidado ao meio ambiente. Possibilidade de interesse por parte do alunos em serem futuros guias profissionais em ecoturismo.
34	Educação às crianças de <i>Puerto Maldonado</i> sobre atividades de plantio e colheita de frutas e plantas selvagens da região.	Entre 2003 e 2008, as crianças da escola primária da ONG ACEER visitavam a fazenda <i>Concepción</i> onde se lhes ensinava sobre o jardim botânico que possui mais de 200 espécies de plantas selvagens.	Aprendizado a respeito do tratamento, usos e benefícios das plantas tradicionais indígenas, como por exemplo, suas propriedades medicinais.
35	Cursos diários de inglês.	Dois professores de inglês ministram aulas de inglês nos dois hotéis mais importantes da rede aos funcionários que solicitem (cozinheiros, guias, garçons, administradores, etc.),	Boa comunicação dos funcionários dos hotéis com os hóspedes.
Qualidade de vida dos funcionários			
Nº	Título	Ação	Resultado
36	Benefícios oferecidos ao empregados	Hospedagem; uniformes; alimentação; passagens aéreas, viagens de capacitação; cursos de capacitação; aulas de inglês, palestras de saúde e primeiros socorros; campanhas médicas; seguro contra acidentes; atividades de lazer (futebol, vôlei, etc.); atividades de comemoração (aniversários, dia do pai, mãe, do trabalho, independência, e de fim de ano); bônus natalino, empréstimos; além dos benefícios da lei.	Qualidade de vida no trabalho. Mão de Obra capacitada. Envolvimento com a comunidade.
37	Capacitação constante dos interpretes e guias de Inkaterra.	Preparação de intérpretes e guias dentro do país ou no estrangeiro, inclusive em vários idiomas.	Capacitação de mais de 400 colaboradores locais tornando-os profissionais em turismo. Boa transmissão de conhecimentos aos hóspedes a respeito dos recursos naturais e culturais da região onde estão inseridos os hotéis da rede.
38	Oportunidades de promoção para contratados	Contratados têm a possibilidade de se chefes ou gerentes. Tem a possibilidade de assumir cargos administrativos, de contabilidade, vendas, reservas, ecoturismo, serviços etc.	Satisfação e/ou Motivação.

Figura 2: Ações responsabilidade social empresarial de Inkaterra.
Fonte: Adaptado de Koechlin e Tord (2010)

Conforme observado no quadro, as ações realizadas por Inkaterra têm como objetivo maior o bem-estar da sociedade e do meio ambiente. Inkaterra é uma empresa, do segmento de luxo, que realmente investe os recursos econômicos

gerados pelas suas atividades turísticas na promoção do desenvolvimento da comunidade local, na preservação da cultura local e no fortalecimento da consciência ambiental. Sua responsabilidade social está enraizada na sua cultura, na sua estratégia de negócios e atividades cotidianas.

5 TRATAMENTO DOS DADOS

As ações apresentadas anteriormente relacionam-se com os três pilares do desenvolvimento sustentável (social, ambiental e econômico) da seguinte forma:

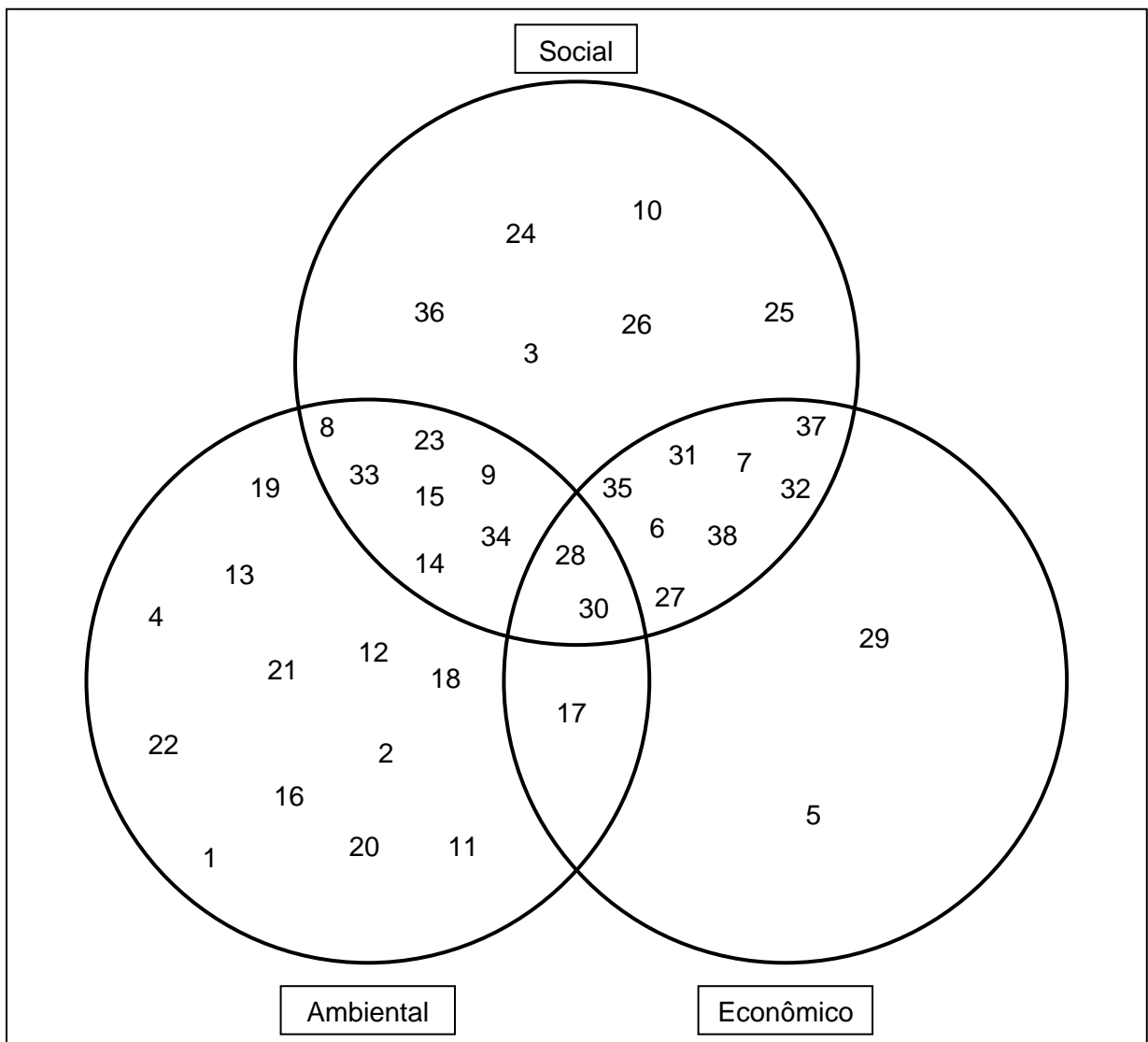


Figura 3: Ações de RSE de Inkaterra versus Três pilares do desenvolvimento sustentável.
 Fonte: Adaptado de SACHS (2002, p. 35)

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conforme apresentado, a empresa em estudo está atenta para as necessidades da sociedade em que está inserida, preocupada em atender os interesses dos seus diversos stakeholders, sejam eles, internos (funcionários) ou externos (consumidores, comunidade, meio ambiente, fornecedores). Incorporando o atendimento dessas demandas ao planejamento de suas atividades, a empresa é caracterizada como socialmente responsável, de acordo com Duarte e Torres (2005).

Inkaterra está preocupada em crescer economicamente, porém, quer que a sociedade a sua volta cresça também. Ao preservar os recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitar a biodiversidade e promover a redução das desigualdades sociais, a empresa está também estimulando o processo de desenvolvimento sustentável da sociedade onde está inserida, com base nos três pilares do desenvolvimento sustentável.

Ao analisar o quadro que relaciona as atividades realizadas pela empresa com os três pilares do desenvolvimento sustentável (Figura 3), constata-se que a empresa atua de forma socialmente responsável, fomentando o desenvolvimento sustentável, adotando práticas que interferem na dimensão social, ambiental e econômica. Como foi visto em Melo Neto e Froes (2001, p. 32) “quanto maior a participação da empresa nessas três dimensões, maior e melhor à sua gestão da responsabilidade social”.

Na dimensão ambiental Inkaterra tem contribuído na luta contra as mudanças climáticas, na diminuição do desmatamento, a captura de dióxido de carbono e redução da emissão deste no meio ambiente, a preservação da biodiversidade, a conservação da vida selvagem, o manejo de resíduos e a conscientização da sociedade perante estes aspectos. Na dimensão social, tem promovido preservação da identidade cultural, a educação da comunidade local, o melhoramento das condições urbanas, e a saúde. Na dimensão econômica tem agido na criação de empregos locais, na capacitação produtiva e comercial da comunidade e na restauração da agricultura tradicional nativa, criando oportunidades que possibilitam o aumento de renda.

As ações que a empresa realiza são orientadas por princípios e valores que fazem parte da sua estratégia e da sua cultura, e que se manifestam nas suas

rotinas, em suas ações, suas políticas, suas práticas e suas relações. Por isso, têm efeito transformador e duradouro. O impacto dessas ações de responsabilidade com foco social, engajadas a cultura e rotina da empresa traz resultados positivos não só para a sociedade, como também para a própria empresa, que assegura o sucesso do negócio no longo prazo, criando diferenciais que se traduzem em vantagens competitivas.

Inkaterra tem 35 anos de operação turística responsável. É reconhecida e elogiada em nível mundial pela mídia. Em 2008, o albergue *Inkaterra Reserva Amazônica* foi considerado pela *Latin-American Travel Association* (UK) como o melhor hotel de selva da América Latina e, o *Inkaterra Machu Picchu Pueblo Hotel* foi eleito como um dos 100 melhores hotéis do mundo pela revista *Travel & Leisure*. Em 2009, o hotel *Inkaterra La Casona* foi considerado por *Condé Nast Traveler* (USA) como um dos 140 melhores hotéis novos do mundo e por *Travel & Leisure* como um dos 45 melhores hotéis novos. Esse hotel, ainda, faz parte da coleção de hotéis e restaurantes de luxo da prestigiosa associação “Relais & Chateaux”. A rede Inkaterra reconhecida também, por diversas organizações internacionais, recebendo o apoio de instituições importantes como as Nações Unidas, o Banco Mundial, National Geographic, entre outras. Recebe ainda apoio do governo peruano. As atividades de conservação e pesquisa têm despertado o interesse de cientistas renomados pertencentes a instituições como a Universidade de *Harvard*, a Universidade de Califórnia em *Berkley*, o *Missouri Botanical Garden*, *American Orchid Society Magazine*, entre outras.

Inkaterra recebe 46mil visitantes ao ano, opera com 500 funcionários e em 35 anos atendeu a mais de um milhão de viajantes. Esses também são sinais de que a empresa está tendo bons resultados, mantendo-se competitiva no mercado.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a responsabilidade social empresarial é cada vez mais um fator direcionador estratégico de gestão adotado pelas empresas, pois, gera impactos positivos para a sociedade em que estão inseridas ajudando no desenvolvimento sustentável e refletindo positivamente na imagem dessas organizações, traduzindo-se em vantagens competitivas que garantem o sucesso

dos seus negócios. A presente pesquisa atingiu seu objetivo ao analisar esses impactos.

A principal limitação do estudo está relacionada ao fato de não ter ocorrido o contato direto com a empresa e a comunidade, dificultando o acesso aos dados. Sendo assim, numa agenda futura, propõe-se que esse contato seja direto e que conte ainda com observação no local, para incrementar a riqueza dos dados em análise.

Em relação à agenda futura, esta pesquisa poderá motivar trabalhos que objetivem analisar as ações de responsabilidade social empresarial e sua vinculação com estratégia em outras empresas de diversos setores da economia.

É importante que sejam feitos estudos nos quais se verificam a contribuição, das organizações para o desenvolvimento sustentável da sociedade. Esses estudos, além de fornecerem mais material para o conhecimento e reflexão sobre o tema, podem servir de apoio ao argumento de que as empresas precisam alinhar o seu crescimento e sucesso econômico com o desenvolvimento sustentável das comunidades e preservação ambiental das regiões onde estão localizadas.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida; COUTINHO, Renata Buarque Goulart e TOMEI, Patrícia Amélia. *Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: Uma Análise Conceitual Comparativa*. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, XXIV, 2000, Florianópolis. *Trabalhos apresentados*. Disponível em: <
http://www.anpad.org.br/evento.php?acao=trabalho&cod_edicao_subsecao=51&cod_evento_edicao=4&cod_edicao_trabalho=4294>. Acesso em: 06 setembro 2010.

BRASIL. Presidência da República. Comissão Interministerial para Preparação da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. *O desafio do Desenvolvimento Sustentável: Relatório do Brasil para a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*; perf. Do Presidente Fernando Collor. – Brasília: Cima, 1991.

BRAUN, Ricardo. *Novos Paradigmas Ambientais: desenvolvimento ao ponto sustentável*. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

CAMPBELL, Jack. *Construindo um futuro comum: educando para a integração na diversidade*. Brasília : UNESCO, 2002. 264p.

CARVALHO, Fernando. *Práticas de planejamento estratégico e sua aplicação em organizações do terceiro setor*. 2004. 207 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo 2004.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO - CMMAD. *Nosso futuro comum*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991. 430 p.

DUARTE, Cristiani de Oliveira Silva Duarte e TORRES, Juliana de Queiroz Ribeiro. *Responsabilidade Social Empresarial: Dimensões Históricas e Conceituais*. In: INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL - ETHOS. (Instituto). *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*, v. IV. São Paulo: Pierópolis, 2005, p. 13-60.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRAJEW, Oded. Entrevista: Oded Grajew. *GV executivo*, São Paulo, v. 4, n. 1, fev./abr. 2005. Disponível em: < <http://www16.fgv.br/rae/redirect.cfm?ID=3719>>. Acesso em: 06 setembro 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. *Guia de Responsabilidade Social para o Consumidor*. São Paulo, 2004.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL - ETHOS. *Glossário*. São Paulo, 2010^a. Disponível em: <
http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/glossario/>. Acesso em: 13 setembro 2010.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL - ETHOS. *Perguntas Freqüentes*. São Paulo, 2010b. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>>. Acesso em: 13 setembro 2010.

KOECHLIN, José e TORD, Juan Luis. *Inkaterra: Una alianza para el autofinanciamiento de la Conservación y el desarrollo Comunal mediante el Turismo*. Peru, 2010. No prelo.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: A Edição do Novo Milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MACHADO FILHO, Cláudio Pinheiro. *Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MIRANDA, Gabriela de Paula Cidade. *Responsabilidade Social Corporativa e Marketing Social: reflexão para um novo tempo*. In: INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL - ETHOS. (Instituto). *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*, São Paulo: Pierópolis, 2002, p. 229-272.

MORCEF, Sonia de Oliveira e SEABRA, Tereza Cristina. *Marketing Social: a estratégia de mudança do comportamento social*. Cadernos UniFOA, Volta Redonda, n. 01, p. 128, jul. 2007. Disponível em: <http://www.unifoa.edu.br/cadernos/numeros_01.html>. Acesso em: 27 setembro 2010.

NEVES, Márcia. *Marketing Social no Brasil: A nova abordagem na era da gestão empresarial globalizada*. Rio de Janeiro: e-papers, 2001.

PINTO, Marcelo Antônio Teixeira. *Responsabilidade Social: Estratégias Integradas para Gestão Ética e Sustentável*. 2002. 102 f. Dissertação (MBA) - Gestão da Qualidade em Serviços, Fundação Getúlio Vargas, Brasília, 2002.

ROESCH, Sylvia Maria de Azevedo. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SACHS, Ignacy. *Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável*. 3 ed. Rio Janeiro: Garamond, 2002.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. *Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

VERGARA, Sylvia Constat. *Métodos de pesquisa e Administração*. São Paulo: Atlas, 2005.