

AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NOS MEIOS DE HOPEDAGEM DE FOZ DO IGUAÇU

João Henrique Souza Pires¹

Claudio Alexandre Souza²

RESUMO

Este trabalho procura discutir a Responsabilidade Social Empresarial (SER) no empreendimento hoteleiro da cidade de Foz do Iguaçu. Uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa, buscando e estabelecendo metas compatíveis com o desenvolvimento da sociedade preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. Este artigo é resultado da pesquisa de campo para o trabalho de conclusão de curso do acadêmico João Henrique orientado pelo professor mestre Cláudio Alexandre Souza. O objetivo desta pesquisa é analisar se os meios de hospedagem de Foz do Iguaçu realizam ações de responsabilidade social empresarial.

Palavras chave: Meios de Hospedagem, Foz do Iguaçu, Responsabilidade Social Empresarial.

ABSTRACT

This paper intention is to discuss the Corporate Social Responsibility (CSR) at the hotels enterprise of the city of Foz do Iguaçu. It's a method of management whose definition is made by the relationship of the company's ethic and transparency, seeking and establishing goals compatible with the social development and preserving the environmental and cultural resources to future generations, respecting the diversity and promoting the reduction of the social difference. This article is a result of the field research made for the final paper of the academician João Henrique oriented by the professor M.S Cláudio Alexandre Souza. The objective of this research is analyze if Foz do Iguaçu's hotels perform actions of Corporate Social Responsibilities.

Key-word: hotels, Foz do Iguaçu, Corporate Social Responsibility.

¹ Bacharel em Hotelaria – UNIOESTE. Endereço: Av. J K, 1819, Centro - Foz do Iguaçu-PR. Cep: 85853-000. E-mail: bobpires2@yahoo.com.br.

² Orientador. E-mail: cas_tur@yahoo.com.br.

INTRODUÇÃO

A atividade de turismo é um reflexo de atividades oriundas das mudanças globais ocorridas nas relações humanas e de suas necessidades, e como tanto é um fenômeno resultado das mudanças comportamentais dos homens sofrendo variações de acordo com as suas demandas nas diversas áreas do conhecimento.

Verifica-se que a atividade turística não se desenvolve isoladamente, a mesma é tida como uma atividade complexa resultado da particularidade de varias entidades fornecedoras de serviços, o desenvolvimento de tal atividade depende do quão profissional são suas atividades em beneficio a coletividade do setor.

Enfocando nas empresas de meios de hospedagem, as quais se destacam como grandes geradoras de recursos, sendo, por outro lado, alvo de criticas por danos naturais e humanos, com empreendimentos que causam impactos ambientais, funcionários com exaustiva carga horária de trabalho, sendo mal interpretada, como uma “ave de rapina” em seu desenvolvimento conjunto e integrado aos seus stakeholders³.

Baseado em princípios de atividades de responsabilidade social empresarial – RSE, que de acordo com Conceição, Santos apud Neto, Froes, (2007, p. 47) “podem ser também o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral”, e em entidades como Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social - Ethos, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDS, Organização Mundial de Turismo – OMT, Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social - FIDES e Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, analisa-se os meios de hospedagem de Foz do Iguaçu realizam suas atividades dentro dos padrões da responsabilidade social empresarial.

Este artigo é parte do trabalho de conclusão do curso de Hotelaria pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná, onde foi realizado pesquisa bibliográfica na área de turismo e responsabilidade social empresarial, bem como, pesquisa de campo junto aos meios de hospedagem de Foz do Iguaçu.

³ Partes envolvidas (ETHOS, 2008).

FOZ DO IGUAÇU

Declarado primeiramente como município da “Vila do Iguassú” em 10 de Março de 1914 pela lei nº 1.383, com instalação de sua primeira Câmara de Vereadores, recebendo no ano de 1918 a denominação até então definitiva de Foz do Iguazu. (ROZIN e NY, 2007)

Localizado na conjunção dos rios Paraná e Iguazu, no extremo oeste do estado do Paraná nos limites com duas repúblicas irmãs - Paraguai e Argentina, desempenha Foz do Iguazu papel de relevo na interligação comercial com aqueles países e na política de boa vizinhança continental. (IBGE, 2008)

Segundo dados fornecidos pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguazu (2008):

Foz do Iguazu tem uma composição étnica muito variada e interessante, estimando-se hoje uma população de 311.336 habitantes. A cidade abriga 80 das 192 nacionalidades existentes no mundo. Caminhando pelas ruas da cidade não é surpresa nenhuma deparar-se com japoneses, chineses, coreanos, franceses, bolivianos, chilenos, árabes, marroquinos, portugueses, indianos, ingleses, israelenses e tantas outras nacionalidades, sem contar ainda paraguaios e argentinos. Os diferentes grupos étnicos residentes na cidade fazem de Foz do Iguazu uma das cidades mais cosmopolitas do Brasil.

Com uma área de 617,71 km quadrados, densidade demográfica de 504 habitantes por km quadrado, a população de Foz é predominantemente urbana, com 98% do total. Seu terreno é subdividido por 191, 46 km de área urbana, 138,17 km de área rural, tendo ainda 138, 60 km quadrados de área do Parque Nacional do Iguazu e 149,10 km quadrados de área do lago artificial de Itaipu. (FOZ DO IGUAÇU, 2008).

Economicamente Foz do Iguazu evoluiu-se através de quatro ciclos, sendo eles:

1º Ciclo – Extração da madeira e cultivo da erva mate, primeiras atividades econômicas da cidade formada por uma população composta por indígenas, argentinos, paraguaios e primeiros desbravadores (1870 a 1970).

2º Ciclo – Construção da Hidrelétrica de Itaipu, desenvolvimento do setor econômico e aumento demográfico de 385% do total da população, passando de 34 para 136mil. Período marcado também pelo aumento de investimento do setor público em infra-estrutura urbana com construções de avenidas e do aeroporto (1970 a 1980).

3º Ciclo – Exportação e Turismo de Compras, abertura da zona de livre comércio com o Paraguai, crescimento comercial tornando a cidade num verdadeiro entreposto de mercadorias destinado ao país vizinho(1985-1995).

4º Ciclo – Abertura de Mercados (globalização), consolidação do Mercosul, integração da trílice fronteira (Brasil, Paraguai e Argentina), rompimento com ciclo anterior agravando a condição social e econômica de Foz reduzindo o turismo de compras. Vários estabelecimentos de meios de hospedagem foram fechados acarretando o aumento do desemprego. (1995 a 2002).

Atualmente Foz do Iguaçu possui o terceiro maior pólo hoteleiro do Brasil e vem se preparando para se tornar uma cidade receptora de eventos de grande porte, tornando – se um grande complexo do turismo de eventos. A cada ano, os hotéis, principalmente quatro e cinco estrelas, investem na estruturação, ampliação e melhorias de equipamentos tecnológicos para sediar o turismo de eventos e de negócios. O resultado do investimento nesta área fez a porcentagem aumentar consideravelmente. Segundo Convention Bureau & Visitors (ICBV), na última década o turismo de eventos cresceu de 10% e 12%. (CANAL, 2007, p. 38)

Com perspectivas de vantagens de sua localização estratégica no Mercosul, atraindo novos investimentos e novas empresas, consolidando seu potencial turístico explorando-o de forma correta com a profissionalização do setor que como disse Canal – 2007 possui hoje o terceiro pólo hoteleiro do Brasil.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com Oliveira (2008), nos últimos anos tem sido crescente a expansão do papel econômico das empresas ao redor do mundo, algumas empresas com produto interno bruto maior que muitos países. Com todo este poder, suas decisões, além de impactos econômicos, geram impactos sociais, ambientais e

políticos que não podem ser ignorados. Desta forma faz-se a sugestão da gestão empresarial com responsabilidade social empresarial, buscando compreender, entender e minimizar ao máximo os impactos negativos gerados pela empresa.

A responsabilidade social pode ser definida como:

... a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela 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. (ETHOS, 2008)

A definição do Instituto Ethos demonstra a responsabilidade social de uma forma geral, descrevendo o comportamento empresarial de uma forma ética frente a seus stakeholders buscando a harmonia em seu desenvolvimento.

Segundo Oliveira (2008, p. 78) “a ética de uma empresa seria os princípios usados em sua estrutura de tomada de decisão e ação, que inclui gestores e normas sociais e corporativas”, o autor ainda divide o campo da ética dentro de três escolas de pensamento sendo:

A primeira seria a chamada deontologia, que é a escola baseada em alguns princípios e normas universais que devem ser seguidos na ação humana, independentemente de suas conseqüências (“fazer o que é certo, sem depender dos efeitos finais”). A segunda escola é a teologia, mais preocupada com as conseqüências das ações. O utilitarismo estaria dentro dessa escola, em que o resultado final é o que importa (“o certo é o que leva a mais utilidade”). Uma terceira escola é o relativismo ético, que não acredita que existam normas universais aplicáveis a todos os contextos. Um tipo de princípio ou comportamento pode ser justificável, dependendo da cultura ou contexto. [...] O mais importante é o contexto, não as normas universais ou suas conseqüências.(OLIVEIRA, 2008, p. 78)

Neste contexto o Ethos define que a ética com responsabilidade social dentro de uma empresa deve expressar os princípios e valores adotados pela organização.

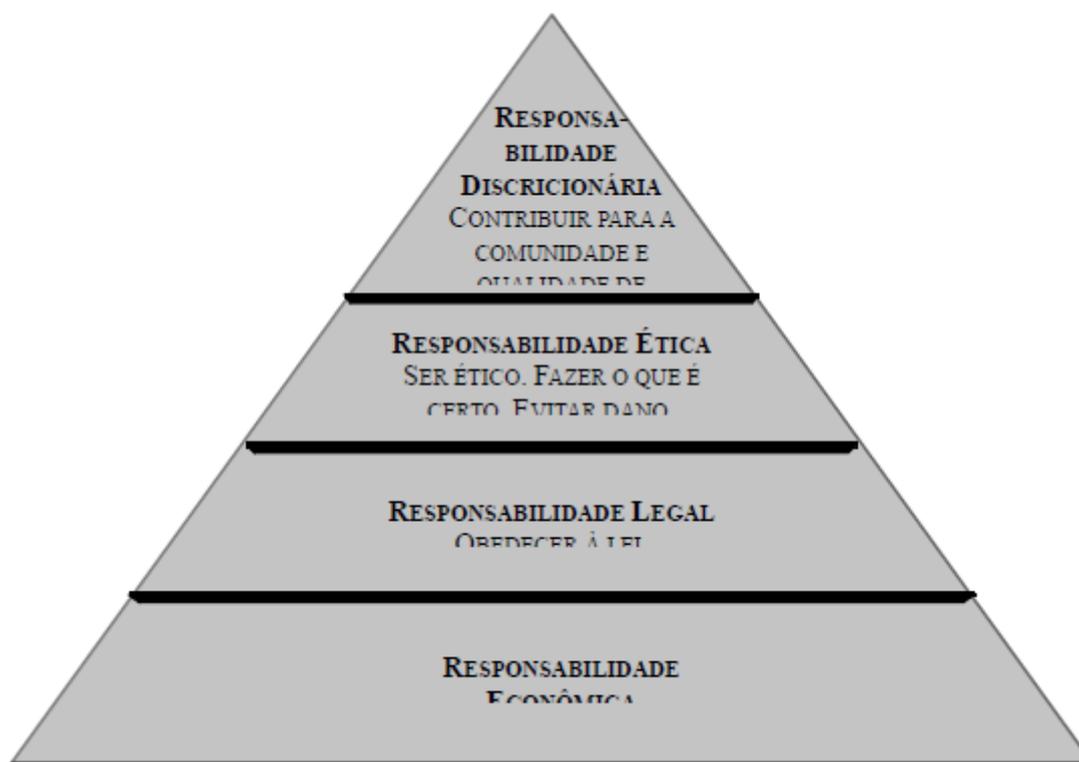
Não há responsabilidade social sem ética nos negócios. Não adianta uma empresa pagar mal seus funcionários, corromper a área de compras de seus clientes, pagar propinas a fiscais do governo e, ao mesmo tempo, desenvolver programas voltados a entidades sociais da comunidade. Essa postura não condiz com uma empresa que quer trilhar um caminho de

responsabilidade social. É importante haver coerência entre ação e discurso. (ETHOS, 2008)

Schroder e Lourenço (2008) definem a responsabilidade social em quatro tipos, que de acordo com a pirâmide de Archie Carrol (apud em Daft, 1999) é dividida em econômico, legal, ético e discricionário (ou filantrópico).

FIGURA 1 - Os quatro tipos de responsabilidade social

Total Responsabilidade Social da Organização



Fonte: Archie B. Carroll, "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance," *Academy of Management Review* 4 (1979), 499; e "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Corporate Stakeholders," *Business Horizons* 34 (julho/agosto de 1991), 42 citado em DAFT, Richard L., "Administração", p. 90 (1999).

A pirâmide representa em sua base a razão da existência da empresa, ser lucrativa, trazendo logo acima a razão legal "ou seja, cumprir a lei". Em sua terceira parte a responsabilidade de fazer o que é certo, ou seja, agir pautado pela ética, e por ultimo no cume da pirâmide sua responsabilidade social ou discricionária, que

seria ajudar a cuidar e preservar a sociedade e o meio ambiente. Segue abaixo sua ilustração pra maior compreensão:

Abaixo Schroder e Lourenço (2008) fazem a definição dos quatro tipos de responsabilidade social empresarial.

Responsabilidade econômica: localiza-se na base da pirâmide, pois é o principal tipo de responsabilidade social encontrada nas empresas, sendo os lucros a maior razão pela qual as empresas existem. Ter responsabilidade econômica significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita, e quer, a um preço que possa garantir a continuação das atividades da empresa, de forma a satisfazer suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros para seus proprietários e acionistas. Segundo Friedman (citado em Daft, 1999, p.90), esta abordagem significa que o ganho econômico é a única responsabilidade social.

Responsabilidade legal: define o que a sociedade considera importante com respeito ao comportamento adequado da empresa. Ou seja, espera-se das empresas que atendam às 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).

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 (Daft, 1999, p.91). O comportamento antiético, que ocorre quando decisões permitem a um indivíduo ou empresa obter ganhos a custa da sociedade, deve ser eliminado. Para serem éticos, os tomadores de decisão das empresas devem agir com equidade, justiça e imparcialidade, além de respeitar os direitos individuais.

Responsabilidade discricionária ou filantrópica: 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). A atividade discricionária inclui: fazer doações a obras beneficentes; contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados. (LOURENÇO e SCHRODER, 2001 p.7)

Observa-se que os quatro tipos de responsabilidade sociais destacadas na pirâmide, podem ser entendidos pela evolução do debate sobre a razão de ser de uma empresa, seguindo desde a primeira, a razão econômica, evoluindo para legislativa, seguindo para ética, chegando a filantrópica que orienta e empresa a fazer campanha voluntária a contribuição social.

Conceição e Santos (2007) argumentam que a empresa só é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis referentes a sua

atuação, sendo uma empresa melhor, contribuindo para construção de uma sociedade mais justa.

Ainda em Conceição e Santos (2007), a responsabilidade social é uma atitude coletiva compreendendo ações de exigência periódica, metodológica e sistêmica englobando seus stakeholder, buscando a sustentabilidade e auto-sustentabilidade local em uma ação estratégica atingindo o retorno econômico, social, institucional e tributário-fiscal.

Indo contra este ideal da responsabilidade social empresarial buscando o desenvolvimentos coletivo com todos seus stakeholders, Milton Friedmam em um artigo a revista do The New York Times em 1970, afirma que a responsabilidade social desvirtuava a empresa, afirmando que a única responsabilidade da empresa era gerar lucro para seus acionistas, sendo estes os únicos responsáveis por como utilizar o dinheiro, e não os gestores. (Oliveira, 2007).

Mesmo com consistência teórica econômica, Friedmam recebeu diversas criticas dos diversos espectros ideológicos, porem que nunca o influenciou por acreditar piamente nos benefícios do capitalismo de acordo com a teoria econômica neoclássica. (Oliveira, 2007).

Assim muitos gestores não concordam com a definição de Friedmam, que diz que a função da empresa seja apenas gerar lucros para seus acionistas, como Lourenço e Schoroder o lucro é a principal razão de ser de uma empresa mais não é o único, há exemplo tem a empresa Petróleo Brasileira S/A - Petrobrás (2008), que divulga sua responsabilidade social da seguinte maneira:

é a forma de gestão integrada, ética e transparente dos negócios e atividades e das suas relações com todos os públicos de interesse "stakeholder", promovendo os direitos humanos e a cidadania, respeitando a diversidade humana e cultural, não permitindo a discriminação, o trabalho degradante, o trabalho infantil e escravo, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e para a redução da desigualdade social.(PETROBRÁS, 2008)

Segundo o Instituto Ethos (2008), responsabilidade social empresarial é uma forma de gestão transparente da empresa com todos os públicos de uma forma ética, relacionado por metas empresariais, preservando recursos ambientais e

culturais, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais através do desenvolvimento sustentável junto à sociedade.

Neste contexto Hanze (2001, p. 1) argumenta que:

Dentro do conceito de Responsabilidade Social Empresarial que vem sendo incorporado pelas empresas, o público alvo deixa de ser apenas o consumidor e passa a abranger um número muito maior de pessoas e empresas. São os chamados “stakeholders”. O termo “stakeholders” foi criado para designar todas as pessoas ou empresas que, de alguma maneira, são influenciadas pelas atuações de uma organização.

Hamze (2001) ainda afirma que a responsabilidade social empresarial, se realizado de forma legítima, certamente traz benefícios à empresa e a sociedade, sendo as empresas fundamentais componentes para implantar, convalidando mudanças satisfatória a sociedade auxiliando nas deformações que o estado não conseguiu auxiliar.

As definições de responsabilidade social de acordo as citações acima se mostra muito complexa, sendo a sua definição dinâmica, neste sentido Oliveira (2008) argumenta que não se sabe até que ponto se deve atuar para uma empresa ser considerada socialmente responsável, sendo difícil encontrar uma lista de requisitos bem definidos sobre as praticas empresarias para definição deste conceito, sobre este assunto o autor diz:

RSE ainda é uma idéia em evolução. Não sabemos exatamente o que é, nem como será. Talvez seja porque o conceito de RSE sempre estará em evolução, até mesmo para continuamente se adaptar as mudanças ocorridas na sociedade e nas empresas. É uma construção social e política. [...] Porém a falta de uma definição mais precisa do conceito não impede que apliquemos, buscando empresas com atuação mais responsável diante dos desafios éticos, sociais, econômicos e ambientais da nossa sociedade. (OLIVEIRA, 2008, p. 74).

No Brasil, Conceição e Santos (2007) consideram que o inicio da responsabilidade social se deu com a criação da Associação dos Dirigentes Cristão de Empresa (ADCE), reconhecendo a função social da empresa, criada. “em 1984, a Nitrofertel, empresa estatal situada na Bahia, foi a primeira empresa brasileira a publicar o balanço social” (GARCIA apud CONCEIÇÃO; SANTOS, 2007, p. 43).

As ações sociais nacionais vieram à ganhar força em 1992 quando foi realizado a Eco 92 no Rio de Janeiro, discutindo a importância do meio ambiente, tendo no mesmo ano o Banespa divulgando suas ações sociais. Em 1993 é lançada a campanha Nacional da Ação e Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, pelo sociólogo Herbert de Souza “Betinho”, com apoio do Pensamento Nacional das Bases Empresariais – PNBE, lançando em 1997 junto com o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE o modelo de Balanço Social e o selo do Balanço Social, para estimular as empresas nacionais a divulgarem seus resultados e participação. (CONCEIÇÃO, SANTOS, 2007)

E em 1998 é criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social “com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa”. (ETHOS, 2008).

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

TABELA 1 – POPULAÇÃO E AMOSTRA DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DE FOZ DO IGUAÇU, 2008

	FOZ DO IGACU	ABIH/PR	AMOSTRA
Meios de Hospedagem	151*	22**	06
Porcentagem (%)	100	14,56***	30****

Fonte: PIRES J. H. (2008).

* total de meios de hospedagem de Foz do Iguaçu segundo inventário municipal

** universo da pesquisa, meios de hospedagem da cidade de Foz do Iguaçu cadastrados na ABIH/PR – Seccional Foz do Iguaçu e região.

*** porcentagem total do universo de pesquisa

**** total de estabelecimentos pesquisados em porcentagem.

A coleta de dados foram realizadas no período de 22 de Setembro a 02 de Outubro de 2008, com a aplicação de entrevista estruturada junto aos gerentes

gerais e/ou financeiros, responsáveis pelos seguintes meios de hospedagem da cidade de Foz do Iguaçu.

QUADRO 1 – DADOS DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM PESQUISADOS

HOTEL	FUNDAÇÃO	FUNCIONÁRIOS	UH'S	LEITOS
Bella Italia	1990	95	135	265
Continental Inn	1998	82	124	335
Del Rey	1986	22	45	100
Mabu	1997	210	208	416
San Rafael	1979	31	100	230
Turrance	1998	45	96	210
Total		485	708	1556

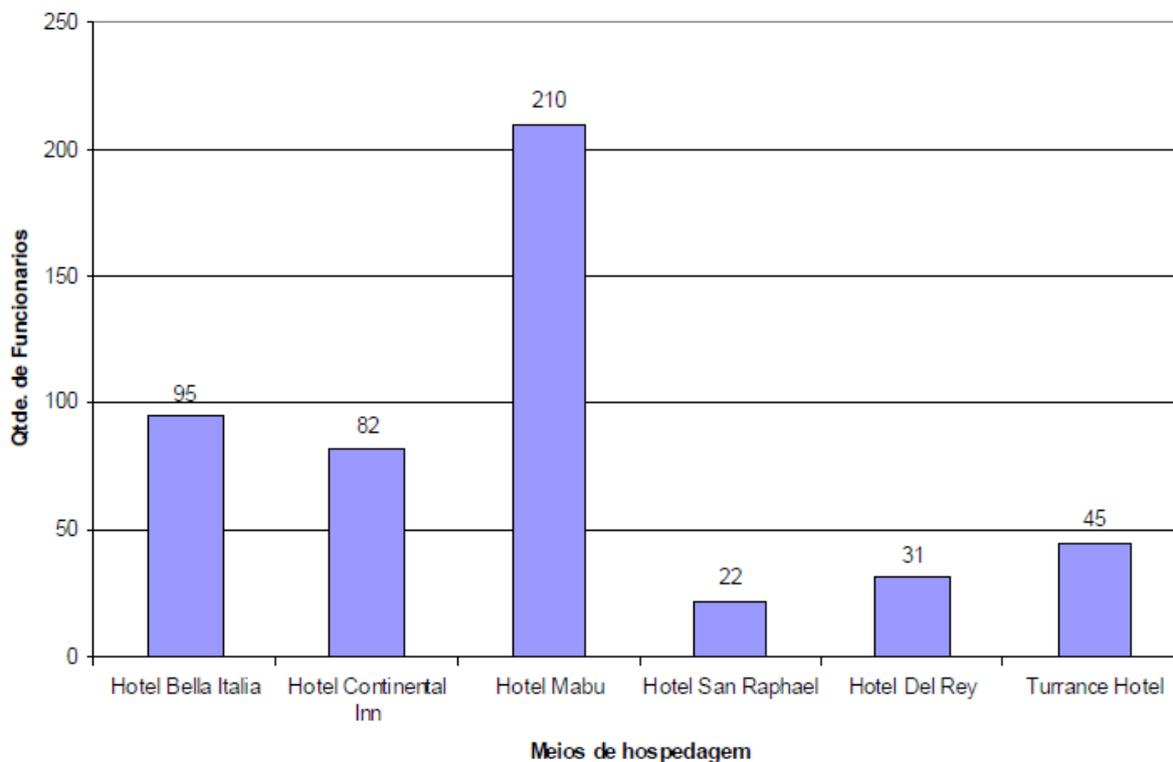
Fonte:Pires, J. H. S, 2008

Do total de 22 meios de hospedagem associados à ABIH seccional regional Foz do Iguaçu, foram pesquisados seis hotéis de vários portes, o equivalente a 30% do universo total e 75% do universo proposto, por motivo de incompatibilidade de horários entre pesquisador e gerentes.

As entrevistas foram realizadas de acordo com a disponibilidade dos gerentes e a transparência do resultado, sendo fundamental a possibilidade de usar o nome da empresa junto aos dados coletados.

Os dados serão apresentados seguindo a seqüência apresentada na estrutura da entrevista utilizada como instrumento de pesquisa, assim o GRÁFICO 1 – Quantidade de Funcionários a seguir aborda informações relativas à quantidade de funcionários dos meios de hospedagem pesquisados.

GRÁFICO 1 – QUADRO DE FUNCIONÁRIOS



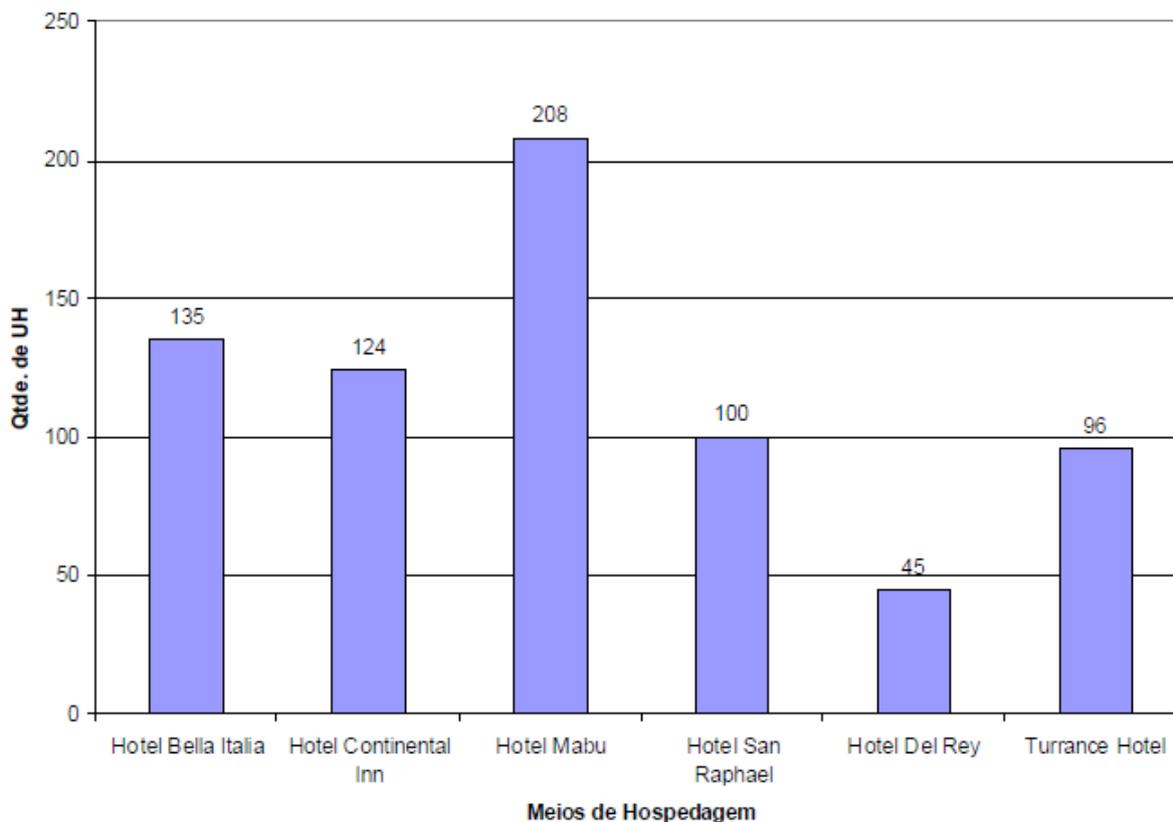
Fonte: O autor, 2008.

No GRÁFICO 1 apresenta-se a quantidade de funcionários que cada meio de hospedagem possui, observa-se que pela quantidade de funcionários, foram selecionados meios de hospedagem de diferentes portes e segmentos, não fazendo distinção à classificação do estabelecimento.

Assim são empreendimentos de diferentes tamanhos de quadro de funcionários, formando um corpo de 485 pessoas lideradas por seis pessoas, que são os gerentes gerais e/ou financeiros responsáveis pelos dados fornecidos ao pesquisador.

O GRÁFICO 2 – Quantidade UH's, identifica o potencial habitacional dos meios de hospedagem em questão

GRÁFICO 2 – QUANTIDADE DE UH'S



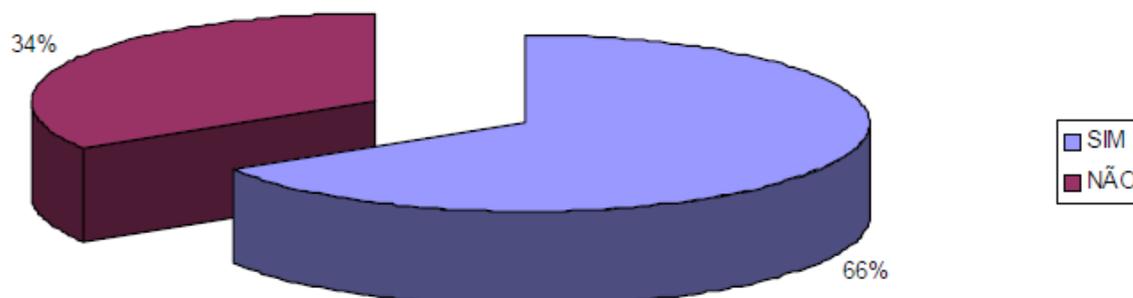
Fonte: O autor, 2008.

Assim como o primeiro gráfico, o GRÁFICO 2 também apresenta dados sobre o tamanho dos estabelecimentos através do número de UH's, ficando claro os diferentes tamanhos de meios de hospedagem selecionados para pesquisa.

Entre os estabelecimentos pesquisados quatro deles tem cem ou mais UH's e apenas dois tem menos de cem UH's, somando, tem-se um total de mais de setecentos UH's. Sendo o Hotel Mabu o que possui maior potencial em UH's com duzentos e oito no total.

A partir deste ponto, as perguntas foram feitas para analisar se as empresas possuem ações que podem ser enquadradas dentro da Responsabilidade Social Empresarial, e qual importância da RSE para o estabelecimento. O GRÁFICO 3 faz referência se o estabelecimento possui ou não práticas de responsabilidade social empresarial, perguntando diretamente ao entrevistado se o estabelecimento se enquadra dentro da RSE.

GRÁFICO 3 – AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

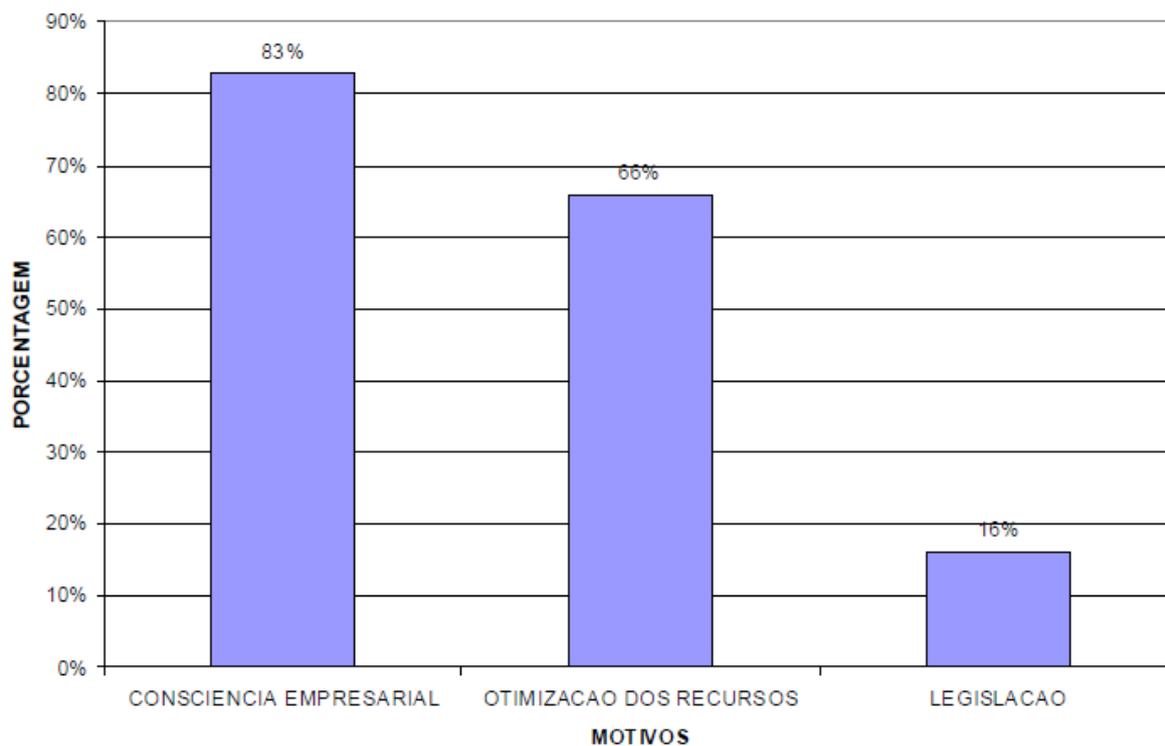


Fonte: O autor, 2008.

Cabe ressaltar neste ponto, que quando questionados sobre a responsabilidade social empresarial, a grande maioria dos entrevistados disseram não conhecer o tema e sua gestão, ficando a cargo do pesquisador, explicar sobre o assunto aos entrevistados.

Após a exposição do tema, 66% dos entrevistados apontaram que o estabelecimento ao qual ele estava representando possui práticas e ações que se enquadram no perfil de empresa socialmente responsável e 33% indicaram não possuir esse perfil, mesmo executando algumas ações de sustentabilidade a exemplo (coleta seletiva e ajuda comunitária a famílias carentes), salientando, que mesmo o estabelecimento realizando esses tipos de ações, não possui práticas de responsabilidade social empresarial e sim práticas de sustentabilidade para com alguns Stakeholder.

GRÁFICO 4 – RAZÕES QUE LEVARAM A EMPRESA A DESENVOLVER AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



Fonte: o autor, 2008.

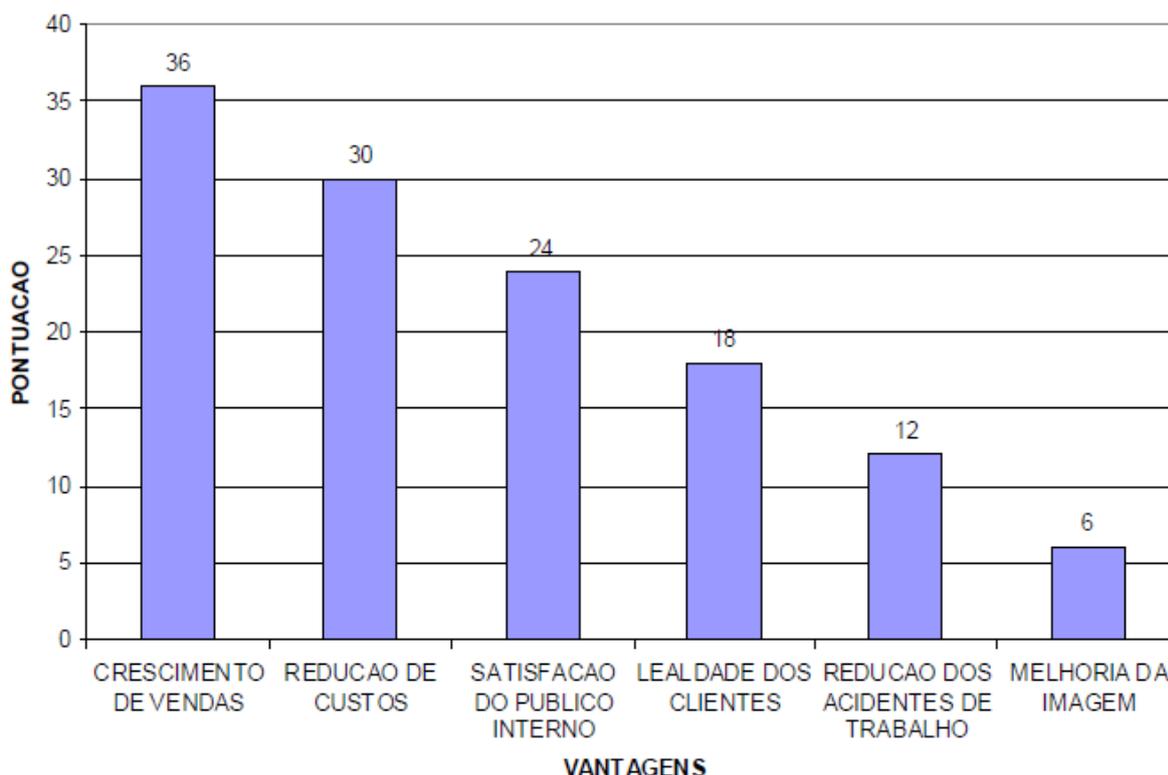
A consciência empresarial foi a mais ressaltada nesta questão, onde argumentavam que por meio das práticas de ações sociais e sustentáveis a empresa demonstra respeito a seus stakeholders. A utilização dos recursos com adequação ambiental e coletas seletivas ficou em segundo lugar entre as razões para ações sociais, os representantes pelo empreendimento argumentavam que para um futuro próspero as empresas têm que se adequar a novas tecnologias que visam diminuir a degradação ambiental e conseqüentemente o melhor aproveitamento dos recursos naturais.

Em terceiro lugar foi citada a legislação, neste ponto vale ressaltar que segundo os entrevistados o governo apenas aparece para aplicar multas quando tem algumas falhas nas ações e pouco incentiva no desenvolvimento dos programas, ficando a cargo da empresa todo o investimento.

O próximo gráfico resalta as vantagens que a empresa pode ter com a adoção de práticas de responsabilidade social empresarial. Aqui o nível de

importância é do menor para o maior, sendo a opção com menos ponto a mais ressaltada neste questionamento, então o nível de importância segue uma ordem crescente do primeiro até o último.

GRÁFICO 5 – VANTAGENS DAS PRATICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL



Fonte: o autor, 2008.

Aqui a ordem de importância para práticas de responsabilidade social, acarretando vantagens a empresa, é em primeiro lugar a melhoria da imagem da empresa, seguido na seqüência pela redução dos acidentes de trabalho, lealdade dos clientes, satisfação do público interno, redução dos custos e crescimento de vendas.

Assim pode se observar que uma empresa socialmente responsável, segundo os entrevistados possui uma melhor imagem frente a seus stakeholders, sendo colocada em primeiro por cinco das seis empresas pesquisadas.

O penúltimo dado coletado busca identificar a origem dos recursos aplicados nas praticas de responsabilidade social da empresa, estando dividido em recursos da própria empresa e incentivos fiscais.

Relembrando o que foi enfatizado no GRÁFICO 5, a respeito da ausência do governo em incentivo a praticas sociais, 100% dos entrevistados ressaltaram que os recursos aplicados nas praticas de responsabilidade social é todo da empresa, não estando o governo participando com nenhum incentivo financeiro.

E o ultimo dado diz respeito à importância da responsabilidade social empresarial para a empresa, feito um questionamento aberto sobre a importância da RSE dentro da gestão dos meios de hospedagem.

Nesta questão cem por cento dos entrevistados sem exceção disseram ser importante as praticas de responsabilidade social empresarial, até os representantes dos estabelecimentos sem praticas argumentaram a favor das ações sociais, visto como um beneficio para o mercado e que a ausência nestas praticas pode vir a gerar problemas futuros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A analise dos dados contidos na pesquisa demonstra que os meios de hospedagem de Foz do Iguacu realizam ações de sustentabilidade que diz respeito a responsabilidade social empresarial, porem não engloba o perfil desta politica.

O autor, durante as metodologias de pesquisa aplicadas neste trabalho, identificou que os gerentes gerais e/ou financeiros entrevistados, apesar de se autoavaliarem positivamente, apresentaram aspectos não condizente com a afirmação.

Enfatiza-se isto devido a ausência do conhecimento da gestão com responsabilidade social pelos entrevistados no inicio da entrevistas. Isto posto, verifica-se que os gestores dos meios de hospedagem pesquisados, podem ter dificuldades em identificar a responsabilidade social empresarial como pratica de gestão para a empresa.

Futuramente muitos meios de hospedagem que se mostram ausentes frente aos seus stakeholders, podem vir a ter problemas, sendo taxada como uma

empresa apenas exploradora, além de gerar um relacionamento hostil tanto social quanto ambiental.

Desta forma, faz-se a sugestão da necessidade da existência de incentivos a práticas contínuas de pesquisa e incentivos na área de responsabilidade social empresarial para que assim as ausências e/ou falhas observadas possam ser identificados, de forma a ser tratado continuamente.

O material que serviu de base para esta pesquisa foram as recomendações do Instituto Ethos, Organização Mundial do Turismo sobre a responsabilidade social empresarial, resultados obtidos de discussões em nível internacional e autores que já pesquisaram sobre o assunto anteriormente, após os incidentes sobre a SER ocorridos no final do século XX e início do século XXI para com o desenvolvimento sustentável, faz-se esta análise em um importante destino turístico brasileiro localizado em ponto estratégico na tríplice fronteira entre Argentina, Brasil e Paraguai.

Esta pesquisa apresenta uma análise geral, impossibilitando que se relacione com o mercado da cidade uma vez que representa somente aproximadamente 4% do total dos meios de hospedagem de Foz do Iguaçu, o que nos faz sugerir que seja realizado da pesquisa sobre o tema, por tipologia e com amostras percentualmente mais expressivas inclusive para sugerir ações de melhoria para o destino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANAL, S. Foz do Iguaçu Conheça seus Mistérios e suas Belezas. Travel World, São Paulo, n. 14, p. 32- 42, 2007.

CONCEIÇÃO, E. A. SANTOS, N. C. Análise de Projetos de Responsabilidade Social do Mabu Thermas e Resort – Unidade Foz, 2007. Dissertação (Graduação em Administração) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE – FOZ, Foz do Iguaçu, 2007.



<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=pt-BR> - Instituto Ethos, 25/09/2008, 17:05.

FOZ DO IGUAÇU, Inventario da oferta turística de Foz do Iguaçu, Prefeitura de Foz do Iguaçu. Disponível em: <<http://www2.fozdoiguacu.pr.gov.br/turismonovo>>. Acesso em 20 set. 2008.

<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=410830#> – IBGE, 2008.

LOURENÇO, A. G. SCHRODER, D. S. Citações e referências a documentos eletrônicos. Disponível em: <<http://scholar.google.com.br/scholar?q=VALE+INVESTIR+EM+RESPONSABILIDADE+SOCIAL+EMPRESARIAL+%3F+STAKEHOLDERS,+GANHOS+E+PERDAS&hl=pt-BR&client=firefox-a&rls=org.mozilla:pt-BR:official&hs=Gn2&um=1&ie=UTF-8&oi=scholar>>. Acesso em: 06 jun 2008.

NY, E. C. ROZIN, M. A importância da Gestão Ambiental na Hotelaria, Caso do Hotel das Cataratas – Foz do Iguaçu, 2007. Dissertação (Graduação em Hotelaria) – Universidade Estadual do oeste do Paraná – UNIOESTE – FOZ, Foz do Iguaçu, 2007.

OLIVEIRA, J. A. P. Empresas na Sociedade. São Paulo: Elsevier, 2008.

PETROBRAS. Citações e referência a documentos eletrônicos. Disponível em: <<http://www2.petrobras.com.br/portal/frame.asp?pagina=/ResponsabilidadeSocial/portugues/index.asp&lang=pt&area=rsa>>16/09-15:50>. Acesso em 16 set 2008.