

# RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL CORPORATIVA

OLIVEIRA, Karinne Camargo de

Discente do Curso de Administração da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva.

OLIVEIRA, Vitor Hugo Braatz De Moura

Discente do Curso de Administração da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva.

MOTA, Leticia Rodrigues

Discente do Curso de Administração da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

ROCHA, Denise Rodrigues da Silva Carmo

Discente do Curso de Administração da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva.

SILVA, Evelyn Sabrina Do Amaral Da

Discente do Curso de Administração da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

KAULFUSS, Marco Aurélio

Docente da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

## RESUMO

Este artigo propõe-se a discutir o papel da empresa em relação aos impactos sociais e ambientais envolvidos nas suas atividades. Questiona-se se a adequação das organizações às formas de atuação socioambiental representa realmente uma preocupação e compromisso com os eventuais danos causados a seus consumidores e sociedade em geral. Defendendo que a Responsabilidade Ambiental e Social Corporativa (RASC) deve ser a base da atividade empresarial, onde o desenvolvimento atrela-se ao ambiente externo. O presente trabalho submete-se a levantar na bibliografia pertinente ao assunto, qual o posicionamento dos teóricos frente à temática.

**Palavras-chaves:** responsabilidade social, empresa, consumidores, impactos.

**Tema Central:** Administração

## ABSTRACT

This article aims to discuss the role of the company in relation to social and environmental impacts involved in their activities. We question the adequacy of the organizations to forms of environmental performance is really concern and commitment to the damage caused to its consumers and society in general. Defending the Corporate Social and Environmental Responsibility should be the basis of business activity, where the development attaches itself to the external environment. This paper submits to raise the issue in the relevant literature, which positioning of the theoretical front thematic.

**Keywords:** social responsibility, company, consumers, impacts.

## 1. INTRODUÇÃO

A importância da sustentabilidade empresarial como forma de garantir a sobrevivência no mercado faz com que cada vez mais as organizações procurem reduzir o impacto ambiental de suas atividades econômicas. Levando em conta esse aspecto, é necessário fazer algumas considerações em relação à responsabilidade socioambiental das empresas, assim como definir o limite entre o que é obrigação e o que é desenvolvimento sustentável.

Com o avanço tecnológico e aumento da população mundial, os recursos para ciclo produtivo da humanidade tornam-se limitados. A sociedade extrai do meio ambiente os insumos necessários para produzir seus alimentos e os demais bens de consumo, em retribuição oferece poluição através de gases nocivos, efluentes líquidos, resíduos tóxicos entre muitos outros. Ressaltando que tais recursos não são inesgotáveis ainda tem a preocupação de que parte da população mundial é castigada pela desigualdade social, que traz como consequência fome, miséria e exclusão. (SACHS, Ignacy, 200, Tradução nossa)

As organizações em geral procuram resultados, crescimento econômico, sobrevivência e manter a competitividade. Tais fatores numa economia globalizada elevam a demanda de produção e como consequência a utilização de recursos novos. Assim, ao se tratar de Responsabilidade Ambiental e Social Corporativa (RASC) levanta-se o questionamento: As empresas assumem alguma responsabilidade além daquelas exigidas por lei?

A partir de tal questionamento é possível estabelecer três hipóteses de investigação: o compromisso firmado pelas organizações não passa de um conjunto de ações que foram adotadas obrigatoriamente através de negociações trabalhistas ou acordos; as pressões impostas pela sociedade fazem com as empresas busquem maneiras de reduzir seus impactos negativos ao meio ambiente com interesse de melhorar sua imagem perante a comunidade; a responsabilidade socioambiental como parte da governança organizacional sendo totalmente inserida nos negócios da empresa.

Para averiguação das hipóteses citadas acima, colocam-se como objetivo do presente artigo: estabelecer o papel da empresa como agente ativo na preservação

ambiental, ampliar o conceito da RASC através da opinião dos estudiosos referente ao tema, e, na sequência, apresentar as conclusões resultantes do questionamento.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Responsabilidade Ambiental e Social Corporativa (RASC) é um modelo de gestão ética e transparente que tem a organização com suas partes interessadas, procurando minimizar seus impactos negativos no meio ambiente e na comunidade. Uma organização voltada para o desenvolvimento sustentável engloba e garante os direitos civis, políticos, econômicos, sociais, culturais e ambientais, na medida em que todos fazem parte de um sistema de obtenção de uma economia solidária. (BARRETO, 2003).

Segundo (FRIEDMAN, 1977) na história da sociedade industrial, a mais antiga manifestação de cumprimento da responsabilidade social empresarial seja expressa pelos direitos dos trabalhadores assegurados pela legislação trabalhista e seguridade social. No Brasil, o movimento de apoio à responsabilidade social, foi impulsionado a partir dos anos 90, devido ao enorme aparecimento de organizações não governamentais, tendo em vista também o do crescimento não igualitário dos anos do “grande milagre econômico”.

Com a deficiência do Estado em prover nossas necessidades sociais, as organizações atuam cada vez mais de forma proativa e incorporam um tema social mais justo. Pelos motivos acima que, em decorrência de uma crescente cobrança por transparência, não é bastante hoje atuar de forma responsável, mas sim apresentar resultados. Em razão disso, as empresas mostram seu desempenho social em relatórios corporativos das mais diversas formas e modelos. Tal divulgação interessa a grupos empresariais pelas mais diversas razões. (Frankental, 2001)

Com isto, uma nova concepção de responsabilidade social emergiu e pautou-se pelo reflexo dos objetivos e valores sociais. Houve o entendimento de que as companhias estão inseridas em ambiente complexo, onde suas atividades influenciam ou têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade (TENÓRIO, 2006, p. 20). A nova moral das empresas passou por uma

mudança, havendo um limite para o que produziam e vendiam, criando um novo paradigma da responsabilidade social pós-guerra do Vietnã. (KARKOTLI; ARAGÃO, 2004, p. 50).

Para Demajorovic (2003) a Responsabilidade Ambiental e Social Corporativa (RASC) não envolve apenas empresas que causam grande impacto ambiental, as multinacionais. Trata-se também de pequenos empreendedores que mesmo tendo atuação econômica limitada, influenciam positiva ou negativamente na comunidade local.

Em contrapartida, as organizações deveriam atrelar sua responsabilidade social com seus objetivos empresariais. Ou seja, através da necessidade do retorno para a comunidade ao seu redor, as empresas deveriam enxergar um meio de ao mesmo tempo ressaltar suas qualidades para aumentar seus lucros.

A relação de troca entre empresas e sociedade é crucial para sobrevivência de ambas. Um dos principais agentes sociais em um país são as organizações, estas buscam a todo tempo estratégias mercadológicas para a conquista e manutenção de clientes. Do outro lado, encontra-se a sociedade que exige postura ética de seus prestadores de serviços e está cada vez mais exigente, reconhecendo a Responsabilidade Ambiental e Social Corporativa (RASC) como forma de controle de qualidade e indicadores de preferência (GROHE; BOGER; BESSOW)

Por meio do desenvolvimento sustentável, as empresas passam a ter outras preocupações além da necessidade de obter lucros. As organizações atuais procuram estruturar suas atividades voltadas ao meio ambiente, identificando possíveis impactos negativos com antecedência e priorizando um sistema de melhoria continua para manter-se no mercado (LENZA; CAMARGO; LAPINI)

Partindo desse princípio a RASC deve estar inserida no nível mais alto de decisões e gestão da organização, integrando o planejamento estratégico e os negócios da empresa. Dessa forma, a organização, com ou sem visão de lucro, não é um indivíduo isolado, mas ente social, no âmbito do Estado. Assim, para cumprir o dever ou obrigação de responder por seus atos, atividades e produtos, a organização deverá respeitar os interesses das partes ou grupos, que afetam ou são afetados pelos negócios ou atividades da organização, abrangendo: proprietários, acionistas, investidores e demais interessados como trabalhadores, suas famílias, comunidade na vizinhança ou entorno, contratados, fornecedores, distribuidores,

consumidores, concorrentes, outros agentes econômicos financeiros, governo e sociedade em geral.

Na visão de Freeman (1984), uma empresa para ser socialmente responsável, deve atender a conceitos ainda mais amplos e que envolvam em suas estratégias e valores as expectativas dos stakeholders. Podemos dizer que stakeholders são todos aqueles indivíduos, grupos de indivíduos ou organizações que afetam ou podem ser afetados pelas atividades, produtos ou serviços da organização.

Temos como grande exemplo dessa responsabilidade a maior empresa nacional de cosméticos, a Natura, que segundo a revista ISTOÉ (2011) foi campeã na categoria Responsabilidade Social e Meio Ambiente de 2011. A empresa tem criado desafios socioambientais, os mesmos a perseguem metas financeiras, onde os bônus de seus executivos são dependentes do cumprimento de suas políticas de responsabilidade social e ambiental.

Dentre seus vários projetos, a Natura inseriu há cerca de um ano o plástico verde, extraído da cana-de-açúcar para desenvolver o refil do sabonete “Natura Erva Doce”. Segundo a revista ISTO É (2011), trata-se de um insumo biodegradável que reduz 71% a emissão dos gases que provocam o efeito estufa, em comparação com o plástico tradicional.

A empresa também desenvolveu uma linha com relação ao projeto “Crer para Ver”, sendo canecas, lápis e camisetas revendidos pelas próprias consultoras, onde seus lucros são reivindicados a educação das sociedades carentes. Superando 65% sua meta do ano a Natura arrecadou mais de 10 milhões em 2010. “A Natura investiu R\$ 80,2 milhões em projetos de responsabilidade social e meio ambiente, em 2010, 34% a mais do que em 2009.” (ISTO É, 2011)

### **3. CONCLUSÃO**

A responsabilidade ambiental e social corporativa (RASC) vem consolidando-se dentro das organizações, as quais buscam estratégias focadas na relação entre os stakeholders e os negócios. Embora a RASC seja assumida de formas diferentes dependendo do contexto histórico e social em que são inseridas, existe o "senso comum" de que toda empresa ambiental e socialmente responsável deve detectar os

impactos provenientes de suas atividades e agir prontamente para compensar as partes afetadas.

Cabe ressaltar que a RASC não é uma ferramenta cuja obrigação seja resolver problemas sociais aos qual o Estado não tem capacidade de resolver sozinho. Neste sentido, a aderência à RASC é um meio de se destacar positivamente no mercado e abrir vantagem em relação a seus concorrentes.

Através da bibliografia estudada referente ao tema, pode-se afirmar que a tendência empresarial é o envolvimento com as questões sociais e ambientais, visto que em longo prazo o descaso de sua parte pode acarretar numa perda de mercado. Em relação à sociedade verifica-se que ela busca estar cada vez mais atenta às ações das organizações, o que facilita o trabalho de fiscalização dos possíveis impactos negativos.

#### 4. REFERÊNCIAS

BARRETO, C. E. F. **Responsabilidade social das empresas: um estudo de caso.** São Paulo, 2003. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - PUC, SP

DEMAJOROVIC, J. **Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental.** São Paulo: Editora Senac, 2003.

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e Liberdade.** São Paulo: Arte Nova, 1977

FREEMAN, R. E (1984). **Strategic management: a stakeholder approach.** Marshfield, Massachusetts: Pitman Publishing.

FRANKENTAL, P. (2001). **Corporate social responsibility – a PR invention?** Corporate Communications – An International Journal, 6 (1), 18- 23.

FURTADO, J.S. **Gestão com responsabilidade socioambiental. Princípios, códigos de conduta e capacitação para RSA.** São Paulo: 2003. Disponível em: <http://teclim.ufba.br/jsf/acoessa/rsa05.pdf>. Acesso em: 18 set. 2012.

GROHE, D. A.; BOGER, G.; BESSOW, R. D. **Gestão ambiental e Responsabilidade social: um estudo de caso na empresa Dpaschoal filial Uruguaiana.** Disponível em: <http://br.monografias.com/trabalhos/gestao-ambiental/gestao-ambiental3.shtml>. Acesso em: 14 mar. 2012.

ISTO É DINHEIRO (Online). **As Melhores da Dinheiro: Natura vence em Responsabilidade Social e Meio ambiente.** Disponível em [http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/62887\\_AS+MELHORES+DA+DINHEIRO+NATURA+VENCE+EM+RESPONSABILIDADE+SOCIAL+E+MEIO+AMBIENTE](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/62887_AS+MELHORES+DA+DINHEIRO+NATURA+VENCE+EM+RESPONSABILIDADE+SOCIAL+E+MEIO+AMBIENTE). Acesso em 14 set. 2012

KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D. **Responsabilidade social: uma contribuição a gestão transformadora das organizações.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

LENZA, E. R. B.; CAMARGO, S. H. C. R. V.; LAPINI, P. A. **Como Relacionar Lucratividade e Desenvolvimento Sustentável.** Disponível em: [http://www.universoambiental.com.br/novo/artigos\\_ler.php?canal=9&canallocal=14&canalsub2=40&id=256](http://www.universoambiental.com.br/novo/artigos_ler.php?canal=9&canallocal=14&canalsub2=40&id=256). Acesso em: 23 set. 2012.

QUEIROZ, A. **A responsabilidade social das empresas no Brasil: um estudo sobre indicadores.** São Paulo: 2000. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0038512>. Acesso em: 19 set. 2012

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro, Garamond, 2000.

TENÓRIO, F. et al. **Responsabilidade Social Empresarial.** 2 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

