



Evento: XXIX Seminário de Iniciação Científica

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: PRÁTICAS SOCIAIS NAS EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE¹

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: SOCIAL PRACTICES IN SMALL AND MEDIUM-SIZED

Aline Pereira da Silva², Jéssica Moreira da Silva³, Letícia Rosecler Viana da Costa⁴
Roselaine Filipin⁵

¹ Trabalho da disciplina Projeto Integrador – Responsabilidade Social e Corporativa;

² Estudante do curso de Ciências Contábeis, contato: aline.pds@unijui.edu.br;

³ Estudante do curso de Ciências Contábeis, contato: jessica.moreira@unijui.edu.br;

⁴ Estudante do curso de Ciências Contábeis, contato: leticia.rosecler@unijui.edu.br;

⁵ Professora mestre em Ciências Contábeis, professora da disciplina de Responsabilidade Social Corporativa, Roselaine.filipin@unijui.edu.br

RESUMO

Este estudo trata da percepção e da importância da Responsabilidade Social Corporativa e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, evidenciando ações que as pequenas e médias empresas poderiam implementar. A pesquisa caracteriza-se, descritiva, qualitativa, e bibliográfica. A coleta de dados ocorreu em junho de 2021. A análise dos dados foi por meio do método comparativo com os referenciais abordados. Conclui-se que a Responsabilidade Social Corporativa tem se mostrado como uma prática que deve ser implantada em caráter de urgência visando resultados positivos tanto para a empresa como para a comunidade a qual ela está inserida.

Palavras-chave: *Stakeholders*. Desenvolvimento Sustentável. Meio ambiente. Balanço Social.

ABSTRACT

This study deals with the perception and importance of Corporate Social Responsibility and the Sustainable Development Goals, highlighting actions that small and medium-sized companies could implement. The research is characterized, descriptive, qualitative, and bibliographical. Data collection took place in June 2021. Data analysis was performed using the comparative method with the references discussed. It is concluded that Corporate Social Responsibility has been shown to be a practice that must be implemented urgently in order to achieve results. positive for both the company and the community in which it is inserted.

Keywords: Stakeholders. Sustainable development. Environment. Social Balance.



INTRODUÇÃO

Responsabilidade Social e Corporativa (RSC) são medidas adotadas pelas organizações a fim de contribuir para o bem-estar socioambiental de forma a diminuir impactos negativos e continuar atendendo a expectativa de todos os envolvidos.

A RSC é um tema de crescente interesse tendo em vista os resultados econômicos positivos além das preocupações com a sociedade, funcionários, acionistas, investidores e demais interessados (KLANN; BRANDT; SOSCHINSKI, 2019 p. 49).

O objetivo deste estudo é identificar as possíveis práticas e ações sustentáveis nas empresas de pequeno e médio porte. O estudo justifica-se pelo tema ser amplamente discutido por autores da atualidade, e assim analisar e identificar quais das práticas e dimensões estudadas podem ser implantadas em pequenas e médias empresas (PME), identificando como essas ações poderiam beneficiar e trazer resultados positivos.

METODOLOGIA

Este estudo se caracteriza como pesquisa descritiva e em relação à forma de abordagem do problema a pesquisa classifica-se de forma qualitativa. “A Pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar, descreve fatos e fenômenos (...) envolve estudos de caso, e análise documental” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, pg. 35).

Referente aos procedimentos técnicos, este estudo pode classificar-se como bibliográfico. “A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, com livros, artigos científicos e páginas de web sites”, Fonseca (apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p 37).

A coleta de dados ocorreu por meio de uma revisão bibliográfica e a análise de artigos publicados sobre o tema em estudo. A interpretação dos dados ocorreu por meio da análise de conteúdo, de forma comparativa, como quais benefícios e aceitações ocorreriam para cada prática que a empresa venha realmente implantar.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Brasil é formado em sua maioria por empresas de pequeno e médio porte, empresas



de baixa rentabilidade que não podem ser comparadas a grandes empresas. Em relação às ações de Responsabilidade Social e Ambiental, muitas dessas empresas não possuem conhecimento sobre as atividades que poderiam desenvolver, porém toda e qualquer Instituição pode contribuir com ações mais sustentáveis sem envolvimento de altos valores (Guia dos ODS para as Empresas, p. 12).

Foi criado o Guia ODS para empresas para que fosse possível o alinhamento de suas ideias e assim atingir as metas propostas. A mesma é composta de dezoito objetivos globais, sendo o primeiro objetivo acabar com a pobreza de todas as formas, e com isso subentende-se que as PME não teriam como contribuir com ações de nível tão importantes mundialmente.

Segundo o Guia, a importância é determinar objetivos do desenvolvimento sustentável e alavancar resultados e compromissos, mesmo que algumas ações possam ser um desafio implantá-las, serve para orientar as empresas, independente do porte, a alinhar as suas estratégias e administrar a sua contribuição para um desenvolvimento sustentável.

Como responsabilidade, o Guia dos ODS para empresas, traz a convocação das empresas de todos os lugares a avançar no desenvolvimento sustentável por meio dos investimentos que essas fazem, das soluções que essas desenvolvem e das práticas que essas adotam. Ao fazê-lo, os objetivos incentivam as empresas a reduzirem os seus impactos negativos.

Os ODS ainda exigem ações entre os governos, as empresas e a sociedade, ajudando a direcionar investimentos públicos, privados e globais, fortalecendo investimentos econômicos, manutenção do desenvolvimento das políticas sustentáveis e fortalecimento de compromissos entre os *stakeholders*.

Destacam-se os passos para as PMEs implantarem o desenvolvimento sustentável, como primeiro passo a responsabilidade legal, padrões internacionais, direitos universais. O segundo passo é identificar indicadores sustentáveis que expressem a atividade da empresa e coletar os dados para esses indicadores. O passo três é definir metas, objetivos, padrões e nível de ambição, e transparência. Passo quatro refere-se ao atingimento de metas, abrangendo todas as partes do negócio, desde a matéria-prima até o fim da vida do produto, e as parcerias (cadeia de valor). Por fim, o passo cinco trata sobre o relato e comunicação do desempenho das ações sustentáveis, mediante dados gera-se tomadas de decisões.



As ações sociais possuem dois focos distintos conforme Froes; Neto (2001), o primeiro foco são as ações comunitárias de caráter filantrópico, que nada mais é que participação das empresas nas campanhas sociais realizadas pelo governo e entidades, pode-se exemplificar doações, trabalho voluntário por meio de repasse de recursos. As ações comunitárias, além de contribuir em causas sociais, trazem benefícios como o desconto no imposto de renda.

O segundo foco são os projetos sociais que buscam soluções para os problemas sociais que afligem grupos sociais numerosos e de alto risco com aplicação de recursos próprios e busca pelo desenvolvimento social. Este contribui para a imagem da empresa estreitando laços entre clientes e consequentemente aumentando seu faturamento.

Peliano 2000 apud Froes; Neto, (2001), descreve que as PMEs normalmente utilizam de doação, às entidades assistenciais, alguns consideram apenas um estágio de pré- filantropia e utilizam as RSC como meio de inserção na comunidade, não se preocupam em divulgar suas ações sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos estudos, entende-se que as PMEs deveriam tomar nota do marketing social, divulgar suas ações em suas redes e meio digitais, pois as tornariam mais visíveis e o público que preza pela responsabilidade poderia se aproximar mais da empresa.

É possível apontar algumas dimensões ecológicas, como a reciclagem que ajuda a diminuir o volume dos lixos que vão para o aterro sanitário e os gases liberados por eles, além de poluir a visão e o olfato de quem mora ou passa próximo aos aterros. O meio de diminuir o lixo é controlar o descarte de sobras de produção e realizar a coleta dos produtos vendidos.

Outra ação que pode ser implantada é a dimensão da flexibilidade, tratando da gestão do ambiente e da força de trabalho. Com destaque a saúde do funcionário, com a implantação de exames periódicos gratuitos e desconto em consultas. Dimensões filantrópicas poderiam ser implementadas para incentivar a equipe a realizar algum tipo de trabalho voluntário junto à comunidade. A educação também é um aspecto que pode ser inserida através de capacitação profissional, cursos gratuitos, tanto para o funcionário como para seus dependentes também pode ser possível por meio de parcerias com empresas do setor de educação.



O bom atendimento ao cliente, garantia de qualidade dos produtos, preços competitivos são demandas que a sociedade exige, desta forma todos estes aspectos ajudarão nos resultados positivos que a empresa deseja ter.

Estas empresas deveriam atentar ao guia dos ODS, pois após entender o seu significado, teriam chances de abrangê-lo e se tornar uma empresa que cuida da sustentabilidade, alavancando seus resultados, captando recursos externos e gerando assim mais visibilidade em termos globais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMARGO. Robson. **Stakeholders: entenda a grande importância deles no gerenciamento de projetos.** Disponível em <<https://robsoncamargo.com.br/blog/O-que-sao-stakeholders-Saiba-tudo-sobre-eles-e-sua-importancia>> Acesso em 19 jun 2021.

E-BOOK. **Projeto Integrador, responsabilidade social e corporativa.** Disponível em: <<https://mead.unijui.edu.br/projeto-integrador-viii-responsabilidade-social-corporativa-ref-169084/projeto-integrador-x-responsabilidade-social-corporativa-edicao-1/introducao>> Acesso em 9 jun 2021.

GERHARDT e SILVEIRA. **Métodos de Pesquisa.** Disponível em <Métodos de Pesquisa - Google Books> Acesso em 27 jul 2021.

GUIA ODS PARA EMPRESAS. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/132yVMmP-_PEQaSTXE08a52nfZT-7wLbB/view> Acesso em 12 jun 2021.

KEIDANN SOSCHINSKI, Caroline; BRANDT, Elisane; CARLOS KLANN, Roberto. **Internacionalização e práticas de Responsabilidade Social e Corporativa em empresas brasileiras.** Advances in Scientific & Applied Accounting, v. 12, n. 1, 2019.

MELO NETO, FRANCISCO PAULO DE. **Gestão da Responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** Francisco Paulo de Melo Neto, César Froes - Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. 2001.

TACHIZAWA.Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: os paradigmas do novo contexto empresarial.** – 9. Ed. São Paulo : Atlas, 2019.