



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



Análise da coerência entre discurso organizacional e ações de responsabilidade socioambiental: um estudo de caso em empresas privadas da cidade de Picos-PI

Analysis of the coherence between organizational discourse and social-environmental responsibility actions: a case study in private companies in the city of Picos-PI

Jair Santos¹, Thomas Anderson da Silva Santos², Luiza Rodrigues de Macedo³

Picos-PI
2019

¹*Graduando em Administração pela UFPI.*

²*Graduando em Administração pela UFPI.*

³*Professora da UFPI, especialista, orientadora.*

FICHA CATALOGRÁFICA

**Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí
Biblioteca José Albano de Macêdo**

S227a Santos, Jair.

Análise da coerência entre discurso organizacional e ações de responsabilidade socioambiental: um estudo de caso em empresas privadas da cidade de Picos-PI. / Jair Santos; Thomas Anderson da Silva Santos. -- Picos,PI, 2019.

30 f.

CD-ROM: 4 ¾ pol.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2019.

“Orientador(A): Prof. Esp. Luiza Rodrigues de Macedo.”

1. Responsabilidade Socioambiental. 2. Discurso Organizacional. 3. Empresas Pivadas – Picos,PI. I. Título.

Elaborada por Rafael Gomes de Sousa CRB 3/1163



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Jair Santos;
Thomas Anderson da Silva Santos

**Análise da coerência entre discurso organizacional e ações de
responsabilidade socioambiental: Um estudo de caso em empresas
privadas da cidade de Picos- PI**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera as discentes como:

- Aprovados (as)
 Aprovados (as) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 22 de junho de 2019

Luzia Rodrigues de Macedo

(Orientadora – Luzia Rodrigues de Macedo, Esp.)

Romildo de Lima

(Membro 1 – Romildo de Lima, Esp.)

Francisco Antonio Gonçalves de Carvalho

(Membro 2 - Francisco Antônio Gonçalves de Carvalho, Esp.)

RESUMO

As grandes empresas são algumas das entidades que mais contribuem para as agressões à natureza e para a reprodução da lógica de sustentação do sistema capitalista, quando, na maioria dos casos, não revertem parte de seus lucros para projetos, políticas e ações destinadas às classes sociais mais pobres. A pergunta-problema que orienta o estudo é: há coerência entre o discurso organizacional das empresas e a efetiva aplicação de práticas de responsabilidade socioambiental implementadas na cidade de Picos-PI. A relevância do estudo está evidenciada no fato de que ao estudar os problemas elencados, o trabalho pode oferecer ao cidadão um panorama do comprometimento socioambiental das empresas instaladas em Picos, pois todo consumidor merece saber o nível de compromisso das empresas ao adquirir seus produtos e/ou serviços. Os resultados apontam que há uma relativa coerência entre o discurso organizacional das empresas e a efetiva aplicação de práticas de responsabilidade socioambiental implementadas na cidade. As informações objetivas e subjetivas apontam que as práticas existem, mas o seu processo de implementação pode não estar sendo aplicado de forma adequada, com a intensidade, os resultados e os benefícios, tanto para a empresa como para a sociedade, de acordo com o que foi colocado pelos representantes das empresas, principalmente, levando-se em consideração a avaliação subjetiva dos indicadores.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental. Discurso organizacional. Análise do discurso.

ABSTRACT

Large corporations are some of the entities that most contribute to aggression against nature and to the reproduction of the logic of support of the capitalist system, when in most cases they do not revert part of their profits to projects, policies and actions aimed at social classes poorer. The problem question that guides the study is: there is coherence between the organizational discourse of companies and the effective application of socio-environmental responsibility practices implemented in the city of Picos-PI. The relevance of the study is evidenced by the fact that when studying the problems listed, the work can offer the citizen an overview of the social and environmental commitment of the companies installed in Picos, since every consumer deserves to know the level of commitment of the companies when acquiring their products and / or services. The results point out that there is a relative coherence between the organizational discourse of the companies and the effective application of social and environmental responsibility practices implemented in the city. Objective and subjective information indicates that practices exist, but their implementation process may not be adequately applied, with the intensity, results and benefits, both for the company and for society, according to what was placed by the representatives of the companies, mainly, taking into consideration the subjective evaluation of the indicators.

Keywords: Socio-environmental responsibility. Organizational discourse. Speech analysis.

INTRODUÇÃO

A responsabilidade socioambiental tem sido um dos conceitos mais debatidos das últimas duas décadas. Em geral, ela defende a preocupação com a natureza e com o progresso das classes sociais menos abastadas. Os cientistas apontam que se o ser humano não ampliar seu pensamento e expandir sua consciência no que diz respeito à responsabilidade para com o planeta e os recursos naturais, o destino da espécie humana – sem nenhum alarmismo – será tão catastrófico quanto dramático.

Segundo Cohen (2016), os estudos sobre responsabilidade socioambiental já vinham se proliferando e engrossando a literatura acadêmica ao longo do século XX. Na passagem do século XX para o século XXI houve um despertar ainda maior para essa questão, devido ao alerta de diversos estudiosos e cientistas para a preservação dos recursos naturais. Estes estudos possuíam em comum a estruturação do debate em torno de conceitos como gestão ambiental, sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, uma vez que se argumentava que estas noções permitiriam atrair mais e novos clientes; gerar valor para os acionistas; maximizar os lucros das empresas, ao gerar vantagem competitiva; além de influenciar o julgamento público das organizações.

A proliferação de análises sobre o tema resultou, principalmente, devido ao aumento da importância da imagem da empresa perante os governos, investidores, funcionários, sociedade, proprietários, comunidades, consumidores, concorrentes, mídia, grupos específicos, além de uma série de outros indivíduos e grupos que pretendem adquirir produtos e/ou serviços de uma determinada empresa. Por isso, as implementações de ações de responsabilidade socioambiental são fundamentais para a reputação, credibilidade e exportação da imagem da empresa, de modo a aumentar seu potencial competitivo perante o mercado e os clientes.

As bases teóricas desse estudo estão assentadas no pensamento de Saraiva e Irigaray (2009), Favarin et al. (2017), assim como, na perspectiva de Rosa, Oliveira e Grohmann (2017). Saraiva e Irigaray são teóricos da questão da análise do discurso no ambiente empresarial, focados no estudo da legitimidade do discurso empresarial, divergências entre a modernidade do discurso e o conservadorismo das práticas, como também, nos debates que envolvem a diversidade e ambiguidade do discurso organizacional.

Sabe-se que as grandes empresas são algumas das entidades que mais contribuem para as agressões à natureza e para a reprodução da lógica de sustentação do sistema capitalista, quando, na maioria dos casos, não revertem pelo menos parte de seus lucros para projetos, políticas e ações destinadas às classes sociais mais pobres. A pergunta-problema que orienta o

estudo é: há coerência entre o discurso organizacional das empresas e a efetiva aplicação de práticas de responsabilidade socioambiental implementadas na cidade de Picos-PI. A partir desse questionamento desenvolveu-se o **objetivo geral** desse estudo, que consiste em verificar a compatibilidade entre discurso e práticas organizacionais no tocante à responsabilidade socioambiental. Os **objetivos específicos** são: 1) indagar a opinião dos representantes acerca da possibilidade de identificação do cliente com relação às práticas socioambientais desenvolvidas na empresa; 2) investigar como ocorre o processo de aplicação prática desse tipo de iniciativa; e 3) detectar os benefícios gerados para as empresas e direcionados à sociedade em razão do cumprimento dessas ações.

Portanto, a relevância do estudo está evidenciada no fato de que ao estudar os problemas elencados, o trabalho pode oferecer ao cidadão um panorama do comprometimento socioambiental das empresas instaladas em Picos, pois todo consumidor merece saber o nível de compromisso das empresas ao adquirir seus produtos e/ou serviços.

O trabalho está estruturado em cinco seções: introdução; referencial teórico; metodologia; análise e discussão dos resultados; e considerações finais. Na introdução, foi traçado um panorama da pesquisa sobre responsabilidade socioambiental, as bases teóricas do estudo, além do objetivo geral e dos objetivos específicos da pesquisa. No referencial teórico, a discussão girou em torno do seguinte ponto: o discurso organizacional e o conceito de responsabilidade socioambiental. Essa questão se dividiu em outras três discussões mais específicas, isto é, o conceito de responsabilidade socioambiental; a coerência entre o discurso organizacional e o conceito de responsabilidade socioambiental; e a urgente necessidade de preservação da natureza, com destaque para o papel das empresas e da sociedade na questão. Logo após, foi apresentado o instrumental metodológico da pesquisa, seguido da análise dos resultados obtidos. Por fim, foram apresentadas as considerações finais do estudo, no sentido de retomar os questionamentos levantados ao longo do trabalho.

2. O DISCURSO ORGANIZACIONAL E O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

O referencial teórico da pesquisa ampara sua discussão em bibliografia que trata da coerência que existe entre a efetividade do discurso da responsabilidade socioambiental e a sua aplicação prática, sobretudo, por parte de empresas privadas, como estratégia para promoção do bem-estar social e da sustentabilidade; assim como, em debate sobre a responsabilidade socioambiental enquanto um conceito relevante para estimular a injeção de investimentos e

proporcionar o crescimento em um determinado setor, inspirando, assim, iniciativas e políticas de garantia do bem-estar social e da preservação dos recursos naturais.

2.1 O conceito de responsabilidade socioambiental

De acordo com Favarin (2017), o conceito de responsabilidade socioambiental pode ser definido como um conjunto de ações sociais e práticas rotineiras adotadas pelas empresas para priorizar a sustentabilidade ambiental e o progresso socioeconômico com o mínimo de impacto na natureza. Entre algumas das principais práticas adotadas pelas empresas na promoção da responsabilidade socioambiental estão o investimento em projetos sociais que beneficiem diretamente as comunidades mais carentes, adoção de políticas de redução do lixo produzido, reciclagem de diversos tipos de resíduos, promoção de ações de reflorestamento, além do estabelecimento de políticas, iniciativas de respeito e aproveitamento consciente dos recursos naturais. Portanto, a vivência do conceito de responsabilidade socioambiental objetiva uma relação sadia, consciente e fecunda do homem com os recursos naturais, visando permitir o desenvolvimento social, a preservação do meio ambiente e o progresso econômico da maneira mais racional possível. Por isso, o comprometimento com a sustentabilidade do planeta não é tarefa exclusiva de governos, chefes de estados e cientistas, mas do homem comum, incluindo assim cidadãos, empresas e organizações espalhados ao redor do mundo.

De acordo com Sá (2013, p. 2), os esforços para divulgar e aplicar o conceito de responsabilidade socioambiental envolvem um esforço coletivo, um processo contínuo e progressivo de mobilização social, com o estabelecimento de metas sociais e ambientais assumidas por toda a sociedade. Tais esforços compreendem ainda desafios econômicos e o estabelecimento do maior número de estratégias possíveis para a implementação prática do conceito.

Segundo Rosa, Oliveira e Grohmann (2017), os debates sobre a temática da responsabilidade socioambiental começaram a se intensificar por volta da década de 1990, quando algumas organizações pioneiras já se preocupavam com o impacto de suas atividades econômicas no meio ambiente e na sociedade em geral. Entretanto, na época, a maioria dos empresários, investidores e administradores pouco se interessavam pela questão. Na realidade, do ponto de vista da pesquisa científica a própria discussão sobre a conservação dos recursos naturais é um debate recente, que está presente na academia, nos congressos, simpósios e seminários e demais eventos científicos há apenas cinco décadas. Nesse sentido, Ribeiro,

Puente-Palacios e Ferreira (2015) sinalizam que até o começo da década de 1960, as discussões sobre o impacto da ação humana no meio ambiente eram muito superficiais.

De acordo com Lázaro e Gremaud (2016), governos e organizações procuram de forma mais evidente, desde pelo menos a Cúpula da Terra, promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU), na cidade do Rio de Janeiro, em 1992, chamar a atenção de chefes de estado, políticos, cientistas, empresários, organizações, fundações e organismos internacionais, para discutir estratégias que favoreçam a ampliação do bem-estar do ser humano numa perspectiva de desenvolvimento sustentável, isto é, aplicando políticas de conservação da flora, da fauna, da biodiversidade e dos biomas, sem perder de vista o progresso econômico e social, na forma de políticas públicas eficazes e adequadas às respectivas realidades sociais, culturais, econômicas, políticas e econômicas de cada país.

Entretanto, mesmo com a ocorrência de vários debates em escala global desde a década de 1990, a percepção do conceito de responsabilidade socioambiental, como explicam Abreu, Meireles e Cunha (2015), pode variar de empresa para empresa, de cultura organizacional para cultura organizacional e até de país para país, além de depender de uma série de outros fatores relacionados com a ética, os princípios institucionais, a cultura, o discurso organizacional, a política local, as legislações, acordos, convenções e protocolos ambientais, assim como, da região em que a empresa está localizada, concluíram essas pesquisadoras depois de analisarem uma empresa do Brasil e outra do México.

Após analisarem as estratégias de responsabilidade socioambiental e os esforços para sua aplicabilidade em uma multinacional brasileira que atua no setor de gás e petróleo, fazendo a mesma análise em uma multinacional mexicana que atua no setor das siderúrgicas, Abreu, Meireles e Cunha (2015) evidenciaram que as variáveis do conceito de responsabilidade socioambiental estão diretamente relacionadas com os princípios éticos, o estado da economia, assim como, com as questões institucionais, políticas e legais dos respectivos países em que estas multinacionais desenvolvem suas atividades.

Costa et al. (2013) destaca, inclusive, que em razão da evidência da questão da responsabilidade socioambiental, sobretudo, na última década, muitas empresas passaram a produzir voluntariamente informações sobre suas práticas de responsabilidade socioambiental e diversos estudos sobre o tema foram publicados, já que essas práticas impactam diretamente na percepção, avaliação e juízo dos indivíduos quanto aos produtos e serviços ofertados pelas organizações. No entanto, a maior parte desses estudos, salienta ainda Costa et al. (2013), chegaram a resultados contraditórios e até inconsistentes.

Nesse cenário de autoafirmação por parte das empresas, relatórios e prêmios relativos à observação, cumprimento e aplicação de valores, princípios e práticas de responsabilidade socioambiental passaram a funcionar como parâmetro para qualificar o prestígio das organizações perante os clientes e o mercado. Cada vez mais, os proprietários, gestores e administradores de empresas estão preocupados com a reputação das organizações perante a sociedade civil, interessados em obter reconhecimento e prestígio.

Assim como Saraiva e Irigaray (2009), Costa et al. (2013), também entende que esse reconhecimento tão ambicionado pelas empresas na adoção de práticas de responsabilidade socioambiental está relacionado com a Teoria da Legitimidade, que por sua vez está ligada à ideia de criar um ambiente favorável para a disseminação de produtos e serviços, solidificação dos laços da empresa com a comunidade, oportunizando assim o surgimento de um relacionamento com o cliente, baseado em valores morais e éticos, e não apenas em valores meramente materiais e consumeristas. Daí a necessidade de se investigar a coerência entre o discurso organizacional e as práticas de responsabilidade socioambiental das organizações, problemática central do presente estudo.

Em meio a esse processo de adoção, implementação e socialização da Teoria da Legitimidade, Alves (2016) entende ser de fundamental importância a conscientização das massas para a questão da sustentabilidade e da preservação do meio ambiente de forma racional. Trata-se de um processo coletivo de compreensão da relevância da consciência crítica para analisar a coerência do discurso organizacional da empresa com as práticas que ela de fato aplica ou não. Para Alves (2016) isso só pode ser alcançado de forma plena através do investimento em educação, preparando as populações do globo para um contínuo compromisso ético e moral no que diz respeito às relações de consumo, afinal, o aumento do consumo é um dos principais fatores que proporcionam o aumento da poluição, a degradação do meio ambiente, o desequilíbrio da natureza e a extinção de uma série de espécies animais e vegetais.

Na avaliação de Rosa, Oliveira e Grohmann (2017), as iniciativas e políticas de responsabilidade socioambiental influenciam diretamente no comportamento dos investidores e dos consumidores. Nessa direção, como identificou uma pesquisa de viés comparativo realizada por Costa, Carvalho e Pacheco (2017) no setor bancário brasileiro, os consumidores reagem melhor aos estímulos publicitários de responsabilidade socioambiental, além de valorizarem mais os investimentos socioambientais. E, segundo Cohen (2016), a responsabilidade socioambiental também impacta, por exemplo, na atração e retenção de jovens profissionais, pois é um elemento importante em meio aos processos de seleção, recrutamento e dispensa de profissionais jovens.

2.2 A coerência entre o discurso organizacional e o conceito de responsabilidade socioambiental

Notadamente, a eficácia dos princípios de responsabilidade socioambiental para a coletividade social e para a natureza é um resultado da coerência entre o discurso das empresas e a identificação de suas ações dentro ou fora do seu campo de atuação, com políticas, planos de ação, planejamentos, projetos, execução de tarefas e diretrizes administrativas que respeitem os princípios do conceito de responsabilidade socioambiental. Sobre o assunto, Farias e Moraes Filho (2014) destacam que ainda são recorrentes as críticas à incoerência entre o discurso socioambiental e as efetivas práticas das organizações, sob a alegação de que muitas empresas se utilizam do discurso da responsabilidade socioambiental unicamente como uma estratégia de *marketing*, pois como já foi possível notar, o discurso da responsabilidade socioambiental atrai investidores, clientes e colaboradores.

Em tempos de crise, em que a competitividade entre as empresas está cada vez mais acirrada e o conhecimento do consumidor sobre seus direitos está cada vez maior, aliar desenvolvimento sustentável, progresso econômico e justiça social têm sido uma das mais difíceis tarefas para empresários, investidores, gestores, funcionários de diversas empresas e administradores dos mais variados setores, pois o crescimento da empresa não depende apenas de questões de finanças, mas, sobretudo, de mudanças de atitude, melhoramento da relação com o cliente, nível de competitividade perante o mercado e uma política de responsabilidade socioambiental coerente, transparente e objetiva.

Considerando esse contexto, Lima, Borinelli e Vieira (2015), em estudo sobre os impactos da crise econômico-financeira iniciada em 2008 nos investimentos dos programas de responsabilidade socioambiental de empresas do setor elétrico brasileiro, listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBOVESPA, sinalizam que embora não tenham chegado a resultados conclusivos, advertem que os pesquisadores precisam se ater a essas questões com mais profundidade, com ênfase nas relações que existem entre questões econômicas e desenvolvimento sustentável, considerando, portanto, em outras pesquisas, as singularidades de cada setor administrativo.

Para Sá (2013), uma gestão responsável investe em práticas de responsabilidade socioambiental, o que eleva os níveis de desenvolvimento social, de respeito aos direitos humanos e trabalhistas, aumentando também a contribuição na preservação ao meio ambiente, o que projeta a imagem da empresa e agrega valor às suas marcas, produtos e serviços, relembrando mais uma vez que está estratégia, assim como colocaram Saraiva e Irigaray (2009),

além de Costa et al. (2013), constituem evidências da tentativa de implementação da Teoria da Legitimidade para maximização de resultados e melhoramento da credibilidade das organizações aos olhos dos clientes, do mercado e dos investidores.

Ainda segundo Sá (2013), para tanto, é preciso que gestores, administradores e executivos consigam estabelecer uma política de conciliação entre os interesses internos e externos, como também, entre o crescimento da própria organização e seu compromisso para com as práticas de responsabilidade socioambiental, política está composta de diretrizes harmonizadas com a realidade financeira, com objetivos de médio, curto e longo prazo, sempre quando possível e preferencialmente, estabelecendo parcerias com as comunidades, em especial, com a classe trabalhadora.

Como salientam Costa e Valdisser (2015), a discussão sobre a responsabilidade social e ambiental das empresas é um tema recorrente dentro e fora da academia. Entretanto, é preciso atentar para o fato de que muitas empresas podem utilizar esse conceito enquanto estratégia de *marketing* para promover sua imagem totalmente irreal e fictícia perante o mercado, os investidores e os clientes, hipótese que já foi assinalada por Farias e Moraes Filho (2014). Por isso, tratar deste assunto, como já evidenciaram Abreu, Meireles e Cunha (2015), é também discutir a questão da ética dentro das organizações. Daí a necessidade de se refletir sobre o alinhamento que há entre o discurso organizacional e as ações de responsabilidade socioambiental adotadas pelas empresas.

Nessa direção, Madruga (2014) identificou que as empresas são constantemente orientadas por governos, organizações e comitês internacionais a adotarem políticas, diretrizes e princípios de responsabilidade socioambiental, comprometendo-se socialmente com as populações que se beneficiam de seus serviços e produtos, assim como, agindo de forma consciente em relação à exploração dos recursos naturais, aos agentes poluentes e aos princípios de sustentabilidade.

De acordo com Rosa, Oliveira e Grohmann (2017), para que uma empresa seja identificada como tendo uma adequada e coerente política de responsabilidade social e ambiental é preciso que ela adote alguns critérios básicos. São alguns deles: eficácia dos investimentos sociais, coletivismo e afinidade de risco. Para tanto, as empresas precisam agir por si próprias, como, por exemplo, através de projetos de implementação de programas, ações e práticas de responsabilidade social, para além do comportamento reativo geralmente influenciado pela regulação do governo. Como já ressaltaram Lázaro e Gremaud (2016), tanto a curto, mas, principalmente a longo prazo, para que a política de responsabilidade socioambiental se torne uma realidade global seria preciso que houvesse uma mudança na

cultura organizacional da empresa, passando a questionar o mero valor ético e moral da ideia comumente propagada pelo sistema capitalista, ou seja, do lucro pelo lucro, sem comprometimento com a classe trabalhadora e a natureza.

Assim, a coerência entre o discurso organizacional e o conceito de responsabilidade socioambiental implica em refletir sobre a responsabilidade socioambiental no campo das empresas privadas brasileiras, abordando três questões elementares: a atitude e o comprometimento dos gestores, investidores e administradores com o progresso sustentável; a responsabilidade socioambiental da empresa; e o alinhamento de interesses diversos. Além disso, a adoção de princípios de responsabilidade socioambiental está diretamente relacionada com as decisões do investidor, elemento de extrema relevância, já que os investimentos são capazes de potencializar o sucesso empresarial.

Tais questões fundamentais só podem ser alcançadas através de uma urgente mudança de posicionamento e conscientização das empresas e da sociedade para a preservação da natureza, como forma de garantir a continuidade da vida na Terra tal como a conhecemos, assim como, o crescimento sustentável, tema do próximo subtópico deste referencial teórico.

2.3 A urgente necessidade de preservação da natureza: o papel das empresas e da sociedade

Atualmente, mais do que em qualquer outra época, a sobrevivência e continuidade da espécie humana dependem de uma relação racional, consciente e sustentável com a natureza. Assim, portanto, funcionários, empresas e organizações não podem estar alheias aos cuidados urgentes, que a espécie humana deve ter com o meio ambiente, assumindo uma posição transformadora e crítica de sua própria realidade social, como sugeria Freire (1993, 2008). E, como moradores de uma aldeia global somos cada vez mais responsáveis pelo impacto das atividades e das vivências humanas no planeta.

Como argumenta Ganzer (2017), enquanto indivíduo, no cotidiano imediatista das grandes cidades é quase imperceptível para cada ser humano mensurar seu nível de poluição e quanto sua vida e sobrevivência estão diretamente relacionadas com dois processos que ocorrem paulatinamente e são igualmente preocupantes. Por um lado, sobretudo após a revolução industrial, a humanidade foi alimentada pela necessidade de pensar sua organização social e sua dinâmica cultural pela lógica do capitalismo e da acumulação de capital. Por outro lado, para que a continuidade desse processo fosse preservada foi desencadeada, – durante séculos – dia após dia, uma escalada de agressões à natureza. Sem dúvida, os governos e as

empresas, que são as duas entidades mais influentes do ponto de vista político e econômico foram os principais responsáveis pela intensificação desses dois processos. Mesmo assim, cada ser humano possui um papel singular, tanto como formador de opinião quanto como cidadão capaz de pressionar governos e empresas a adotarem políticas e princípios de responsabilidade socioambiental.

Segundo Souza (2014), o homem moderno é cada vez mais bombardeado com uma avalanche de produtos, serviços e informações midiáticas, com o intuito de alimentar sua sede de comprar, de consumir, criando dessa forma a falsa ideia de ausência de algo que torna o homem maior e melhor social, econômica e moralmente, diante da sociedade de classes. A transformação radical e urgente de que nossa sociedade necessita, carece de uma revolução e desnaturalização do sistema capitalista, em que os interesses privados são propositalmente confundidos com as necessidades públicas, um claro engodo para aprofundar o processo de alienação existente. Tanto o processo de alienação quanto o processo de estímulo ao consumo exacerbado são vias de apropriação da consciência que as empresas utilizam para lucrar. No entanto, e o mais preocupante é que esse mesmo lucro é muitas vezes ocasionado à custa da “irresponsabilidade socioambiental”, pois não beneficia nem a classe trabalhadora e nem a natureza.

De acordo com Lázaro e Gremaud (2017), há evidências consistentes de que as organizações que consideram, no conjunto de suas ações, diretrizes, projetos, políticas e práticas, as variáveis sociais, econômicas e ambientais, tendem a se tornar empresas com melhor desempenho financeiro, quando comparadas com as empresas que ignoram as variáveis básicas do conceito de responsabilidade socioambiental. Por isso, as corporações que vieram a adotar esse comportamento passaram também a serem reconhecidas como empresas comprometidas com a Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Segundo Löwy (2013), em nome de um desenvolvimento industrial e tecnológico desenfreado, percebe-se dia após dia, por intermédio de jornais, revistas, televisão, notícias *online* e pela própria comunidade científica que a civilização humana precisa reorientar seus planos no que diz respeito à preservação da natureza. Do contrário, a extinção do planeta Terra como morada da civilização humana pode ser uma questão de apenas poucos séculos. Assim, o aquecimento global, o derretimento acentuado das geleiras, o aumento do buraco na camada de ozônio – responsável por proteger o planeta da radiação solar –, a queda dos níveis dos aquíferos, o desmatamento, as várias formas de poluição, enfim, toda uma série de ações, somadas, causam agressões gravíssimas ao meio ambiente.

Pequenas ou grandes, públicas ou privadas, as atividades desenvolvidas pela comunidade empresarial produzem efeitos diretos e bruscos no clima do planeta, na garantia de continuidade de uma série de espécies animais e vegetais, assim como, na preservação da natureza como grande e complexo organismo vivo global, expõe preocupado Löwy (2013). Talvez, o mais urgente nessa discussão seja chamar o máximo de atenção da sociedade, das empresas e dos governos de todo globo para a questão da responsabilidade socioambiental, pois as consequências diretas da agressão à natureza já estão sendo vivenciadas e não ocorrerão somente num período remoto da história da humanidade, como até pouco tempo atrás cogitava a comunidade científica.

Sabe-se que preservar o meio ambiente é assegurar a continuidade da vida no planeta Terra. Paiano (2006) aponta que a ação humana há que ser repensada e redirecionada, pois o ser humano é também parte do ambiente e com ele estabelece relações sociais, econômicas, ecológicas e culturais. Considerando que a academia é um espaço privilegiado de construção de saberes, faz-se necessário discutir a construção de saberes conceituais, que por sua vez se constituam em saberes atitudinais, no sentido de orientar as empresas a agirem de forma sustentável e consciente no que diz respeito aos problemas ambientais da atualidade. Nesse sentido, caso o debate público e as eventuais punições não sejam capazes de sensibilizar as grandes organizações, seus proprietários e executivos, sobretudo, no que se refere às multinacionais de presença global, a principal forma de pressionar empresas que estão em discordância com as modernas práticas de responsabilidade socioambiental e simplesmente deixar de consumir seus produtos e serviços.

No entendimento de Alves (2016), os vários tipos de agressão à natureza, o mau uso dos recursos naturais e a opção por um modelo de desenvolvimento que ignore o conceito de responsabilidade socioambiental não possui viabilidade na sociedade contemporânea. Os esforços da comunidade empresarial, da comunidade acadêmica e da própria sociedade civil pouco terão efeito se não forem estipuladas estratégias, ações, planos e projetos objetivos de estímulo e prática do conceito de responsabilidade socioambiental a curto, médio e longo prazo. Enquanto cidadãos, as pessoas podem começar evitando consumir produtos e serviços de empresas que não possuem iniciativas objetivas de reponsabilidade ambiental, uma vez que é preciso fazer as organizações sentirem no aspecto financeiro que precisam atentar para este quesito.

De acordo com Cruz e Souza (2017), os debates em torno do conceito de responsabilidade socioambiental, principalmente, no tocante ao papel das empresas fez surgir um outro conceito: o conceito de Responsabilidade Social Empresarial. A noção de

Responsabilidade Social Empresarial causou uma mudança no seio das organizações. Antes preocupadas quase que apenas com ações assistencialistas, as empresas entendem que para atingir seus objetivos socioambientais, priorizando ao mesmo tempo o elemento social e o elemento ambiental, faz-se necessário dispor de estratégias e ações bem orientadas, principalmente, para que o desafio de ter produtividade com competitividade e competitividade com sustentabilidade se torne realidade. Para tanto, parcerias são imprescindíveis, principalmente, quando se trata de micro e pequenas empresas, que geralmente contam com menos recursos materiais, humanos, logísticos e financeiros.

3. METODOLOGIA

Para mensurar o nível de coerência entre o discurso organizacional e a efetiva aplicação das práticas de responsabilidade socioambiental implementadas foi realizada uma pesquisa em oito empresas da cidade de Picos-PI, onde os procedimentos metodológicos adotados combinaram dois tipos de metodologia: análise do discurso a partir da técnica adotada por Saraiva e Irigaray (2009); e aplicação da técnica de estatística descrita denominada frequência percentual, aplicada em duas etapas.

O presente trabalho é de caráter quantitativo, onde Cooper e Schindler (2016), apontam que nessa modalidade o ambiente escolhido como campo de estudo é a fonte objetiva dos dados e o pesquisador, por sua vez, é o principal instrumento para a análise de informações que predominantemente são de teor descritivo. Essa perspectiva de pesquisa auxilia a confrontação entre os dados, além de contribuir para o estudo de outras realidades semelhantes em estudos posteriores.

Os instrumentos de coleta de dados aplicados foram um questionário (apêndice A) e um roteiro de avaliação dos indicadores de prática de responsabilidade socioambiental das empresas (apêndice B). Esses indicadores foram obtidos justamente através da aplicação do questionário anteriormente submetido aos representantes das oito empresas que se submeteram voluntariamente à pesquisa, tendo todos os seus dados mantidos em sigilo. Cada objetivo foi alcançado através da combinação das duas metodologias aplicadas, mas também, a partir da análise e discussão dos dados obtidos com a aplicação da coleta de informações.

Ainda no tocante à metodologia, o estudo é de viés exploratório e de natureza comparativa, já que procura analisar a harmonia entre o discurso organizacional dessas empresas e a efetiva aplicação e resultados objetivos das práticas de responsabilidade socioambiental das empresas consultadas, até porque, como já ressaltaram Saraiva e Irigaray (2009), como também, Costa et al. (2013), uma das formas de respaldar a legitimidade da

empresa perante os clientes e o mercado é justamente através do alinhamento entre o discurso organizacional e as práticas de responsabilidade socioambiental.

Com relação às limitações na aplicação dessa pesquisa podem-se apontar dificuldade em encontrar representantes de empresas dispostos a participar do estudo, pois a nossa meta era quinze empresas privadas que possivelmente contam com práticas de responsabilidade socioambiental sendo implementadas na cidade de Picos. No entanto, apenas oito aceitaram participar da pesquisa. Além disso, o processo de aplicação dos instrumentos tornou-se complexo em relação aos horários de disponibilidade dos representantes, o que dificultou a reunião geral de todas as informações.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A intenção da combinação das metodologias aplicadas foi relativamente simples, sendo de fundamental importância para a análise e discussão dos resultados, já que conforme atentamente alertam Saraiva e Irigaray (2009), a confrontação dos discursos e, principalmente, a confrontação dos discursos com as práticas é um método imprescindível para a análise da legitimidade, tanto do discurso quanto da prática. Nessa etapa foi aplicado um questionário com oito perguntas, das quais, as seis primeiras foram baseadas na escala de Likert. Dessas oito questões, as três primeiras questões eram atinentes à primeira dimensão, enquanto que as cinco últimas questões eram referentes à segunda dimensão, conforme evidencia o questionário (apêndice A).

Num primeiro momento buscou-se obter dados relativos a duas dimensões: a dimensão de identificação de práticas de responsabilidade socioambiental; e a dimensão de efetividade e resultados das práticas de responsabilidade socioambiental, tanto para a empresa quanto para a sociedade. Na discussão e análise da primeira dimensão foram adotados três critérios: a existência de práticas de responsabilidade socioambiental sendo implementadas pela empresa; o fato de o cliente/consumidor conseguir identificar com facilidade as práticas ao chegar à empresa; e, por fim, o estado do processo de aplicação dessas práticas.

Já na discussão e análise da segunda dimensão os critérios escolhidos foram cinco critérios: obtenção de resultados satisfatórios no processo de aplicação dessas práticas; relação de custo-benefício no processo de implementação das práticas; efetividade dos benefícios de aplicação das práticas para a sociedade. O quarto entre esses cinco critérios considerou as dimensões da sustentabilidade socioambiental, interrogando em que área a empresa acreditava que estava sendo mais beneficiada, entre as seguintes áreas: área econômica; área social interna;

área social externa; e área ambiental. Já o quinto e último desses cinco critérios considerou as dimensões da sustentabilidade socioambiental, indagando em que área a empresa acreditava que a sociedade estava sendo mais beneficiada, entre as áreas a seguir: área econômica; área social; e área ambiental. Os resultados referentes a estes dois últimos critérios foram apresentados na forma de tabelas.

Num segundo momento, foi aplicado um roteiro de avaliação dos indicadores de prática de responsabilidade socioambiental das empresas. Esse roteiro também foi composto por oito questões alternadas entre questões objetivas e subjetivas: quatro questões objetivas baseadas na escala de Likert e quatro questões subjetivas. Essas perguntas eram dirigidas aos gestores das empresas e preenchidas pelos aplicadores do roteiro. Esse segundo instrumento de coleta de dados teve o objetivo de avaliar os resultados obtidos com o primeiro instrumento – o questionário –, e, enfim, dispor de informações mais verossímeis acerca do nível de coerência entre o discurso organizacional, as práticas e seus resultados, no sentido de revelar se tais práticas e resultados estavam de acordo com as expectativas da empresa e da sociedade.

Por fim, a análise e discussão dos resultados obtidos através de ambos os instrumentos foram segmentados em duas seções, resultando em cinco tabelas.

4.1 Análise das dimensões a partir do questionário

Como outrora mencionado, a tabela 1 traz os dados referentes aos critérios da dimensão de identificação de práticas de responsabilidade socioambiental. São eles: a existência de práticas de responsabilidade socioambiental sendo implementadas pela empresa; o fato de o cliente/consumidor conseguir identificar com facilidade as práticas ao chegar à empresa; e, por fim, o estado do processo de aplicação dessas práticas.

4.1.1 Tabela 1 – Identificação de práticas de responsabilidade socioambiental (em %)

Critérios	Concordo totalmente	Concordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Discordo parcialmente	Discordo totalmente	Total
Existência das práticas	100	0	0	0	0	100
Identificação das práticas pelos clientes	25	75	0	0	0	100
Efetividade do processo de aplicação das práticas	75	25	0	0	0	100

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Os dados obtidos a partir do questionário submetido aos representantes das oito empresas apontam em 100% para a opção concordo totalmente, no tangente à existência de práticas de responsabilidade socioambiental em execução pela empresa, o que em certa medida já era cogitado enquanto resultado. Todas as outras quatro opções do primeiro critério foram ignoradas.

Com relação ao segundo critério, os representantes das organizações entendem que é relativamente fácil para os clientes identificarem as práticas de responsabilidade socioambiental ao chegarem à empresa, já que 75% assinalaram a opção concordo parcialmente; e outros 25% assinalaram a opção concordo totalmente. As opções não concordo nem discordo; discordo parcialmente; e discordo totalmente não foram assinaladas.

Sobre o terceiro critério da primeira dimensão os resultados são semelhantes aos encontrados no segundo critério. No último critério dessa dimensão, 75% dos respondentes apontaram que concordam totalmente, quanto ao fato de que há efetividade no processo de aplicação das práticas de responsabilidade socioambiental; ao passo que outros 25% marcaram a alternativa concordo parcialmente. Assim como no segundo critério, as opções não concordo nem discordo; discordo parcialmente; e discordo totalmente não foram apontadas. Em suma, a maioria dos gestores entendem que a empresa possui tais práticas, inclusive, que elas podem ser identificadas pelos clientes, até porque seu processo de execução estaria em pleno desenvolvimento.

Para Favarin et al. (2017), o tema da responsabilidade socioambiental ganhou relevância para as empresas devido à sua capacidade de agregar valor a marcas e produtos, consequentemente, possibilitando a fidelização dos clientes, ganhando também novos clientes. De fato, para Favarin et al. (2017), os princípios, valores e ações de responsabilidade socioambiental são atualmente – mais que um ponto de apoio, um diferencial competitivo e uma estratégia de *marketing* –, uma questão de sobrevivência para a imagem, os resultados e as expectativas das organizações, principalmente, num mercado cada vez mais acirrado e num país como o Brasil, que possui recursos naturais em grande quantidade e de enorme valor para a economia, pesquisa científica e crescimento racional da nação.

Entretanto, para além do discurso, consumidores, governos, investidores e órgãos fiscalizadores das atividades das empresas devem estar atentos à efetividade do discurso em torno da questão da responsabilidade socioambiental, podendo fazer isso ao verificar quais ações as empresas possuem para promover a justiça social, para diminuir as desigualdades

sociais e para criar alternativas para preservação do meio ambiente, mas também de minimização dos danos à natureza já em curso. Sobre o assunto, segundo Farias e Moraes Filho (2014), o caminho para potencializar a implantação de princípios, valores e práticas de responsabilidade socioambiental é investir na modernização da gestão empresarial e na renovação administrativa.

Como já ressaltou Costa et al. (2013), para que o discurso da responsabilidade socioambiental tenha legitimidade, respeito e credibilidade perante toda a cadeia de *stakeholders*, torna-se imprescindível que ele esteja assentado nas três dimensões fundamentais da sustentabilidade empresarial, isto é, a dimensão econômica, a dimensão social e a dimensão ambiental, por sinal, dimensões que embasam as colocações e a estruturação teórico-prática deste trabalho.

Além disso, segundo apontam Lima, Borinelli e Vieira (2015), há toda uma pressão global de governos, entidades de defesa e preservação do meio ambiente, investidores, estudiosos, políticos, cientistas, consumidores e da sociedade em geral, para o comprometimento ético-moral das empresas, para com ações de responsabilidade socioambiental, sustentabilidade e respeito aos direitos das classes menos favorecidas, inclusive, com iniciativas para reverter parte dos lucros dessas empresas, para projetos de saúde, lazer, educação e bem-estar social, notadamente, com a possibilidade de isenção de impostos por parte das autoridades governamentais.

A tabela 2 traz os dados coletados acerca da dimensão de efetividade e resultados das práticas de responsabilidade socioambiental.

4.1.2 Tabela 2 – Efetividade e resultados das práticas de responsabilidade socioambiental (em %)

Crítérios	Concordo totalmente	Concordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Discordo parcialmente	Discordo totalmente	Total
Benefícios para a empresa	100	0	0	0	0	100
Relação custo-benefício	12,5	87,5	0	0	0	100
Benefícios para a sociedade	25	75	0	0	0	100

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

No que se refere ao segundo critério dessa dimensão, a maioria dos respondentes, ou seja, 87,5% indicaram que concordam parcialmente com a relação de custo-benefício que a

opção pela política de responsabilidade socioambiental traz; ao passo que apenas 12,5% assinalaram a opção concordo totalmente. As opções não concordo nem discordo; discordo parcialmente; e discordo totalmente foram ignoradas.

Assim como na primeira dimensão analisada, os gestores da empresa assinalaram em 100% para a opção concordo totalmente, quanto à potencialidade dos benefícios decorrentes da adoção das práticas de responsabilidade socioambiental para a empresa. Todas as outras quatro opções desse critério não foram assinaladas. Para os gestores, a empresa consegue economizar tempo, recursos e dinheiro com a implementação das ações de responsabilidade socioambiental, além de estabelecer parcerias que ajudam a consolidar a imagem da marca no mercado.

Quanto à terceira dimensão, a maior parte, isto é, 75%, indicou que concorda parcialmente com os benefícios proporcionados pela gestão das práticas de responsabilidade socioambiental para a sociedade; enquanto que 25% apontou a opção concordo totalmente. Todas as outras quatro opções desse critério não foram assinaladas. Assim, os dados obtidos até aqui indicam que os administradores das empresas consultadas acreditam na efetividade e nos resultados das práticas de responsabilidade socioambiental para a empresa e para a sociedade.

Como já assinalou Costa et al. (2013), para que o discurso da responsabilidade socioambiental tenha efetividade é preciso que a implementação das práticas seja economicamente viável e pautada por resultados objetivos e claros, tanto para a empresa quanto para a sociedade. Sobre o assunto, Costa, Carvalho e Pacheco (2017), sublinham que esses benefícios devem contemplar ainda questões atinentes a três áreas de incidência, ou seja, a área social, a área ambiental e a área econômica, como também já ressaltou Costa et al. (2013). Cohen (2016), por sua vez, vai um pouco além, é argumenta que para que a empresa possa maximizar sua imagem perante mercado e clientes, transformando esse elemento em resultados e benefícios efetivos, é necessário que a política de responsabilidade socioambiental seja incorporada à cultura organizacional da empresa.

A tabela 3 evidencia os resultados referentes aos benefícios para a empresa por área.

4.1.2.1 Tabela 3 – Benefícios para a empresa por área (em %)

Áreas	
Área econômica	37,5
Área social interna	12,5
Área social externa	12,5
Área ambiental	37,5
Total	100
Fonte: Dados da pesquisa (2019).	

Como é notável, quanto ao critério acima mencionado duas áreas se destacaram, a área econômica e a área ambiental, cada uma com 37,5%. Os dados apontam que há um certo equilíbrio entre essas duas áreas que se destacaram e um desequilíbrio quanto à área social. Segundo Drouvot, Drouvot e Gomes (2014), cenários como esse são preocupantes, pois a área social – tanto interna quanto externa –, possui grande importância para o mercado e os consumidores. Em geral, porque essa é a área que é mais valorizada pela sociedade quando o tema são as práticas, valores e princípios de responsabilidade socioambiental.

A tabela 4 traz uma amostragem dos resultados referentes aos benefícios para a sociedade por área.

4.1.2.2 Tabela 4 – Benefícios para a sociedade por área (em %)

Áreas	
Área econômica	50
Área social	25
Área ambiental	25
Total	100
Fonte: Dados da pesquisa (2019).	

Em relação à tabela 3, os dados da tabela 4 possuem uma tendência um pouco similar. Entretanto, nesse critério, a área econômica ficou com 50% da amostragem de dados, ao passo que a área social e área ambiental ficaram com 25% cada uma. Não é tarefa fácil analisar esses dados, já que os representantes das empresas podem ter entendido que ao beneficiar os funcionários na questão salarial, em virtude de medidas ligadas às ações de responsabilidade socioambiental ou até devido à possibilidade de pagar melhores salários, por causa da isenção de tributos, a área econômica foi a mais beneficiada, novamente ressaltando, na visão dos gestores das empresas.

Além disso, conforme argumentam Abreu, Meireles e Cunha (2015), os benefícios para a sociedade, através dos recursos produzidos ou poupados em consequência da implementação de práticas de responsabilidade socioambiental contribuem para diminuir dois dos principais e históricos problemas da sociedade brasileira: as desigualdades sociais e a precária integração das classes menos favorecidas.

Seja como for, no tocante ao tema das práticas de responsabilidade socioambiental, Drouvot, Drouvot e Gomes (2014), entendem que os benefícios trazidos para a sociedade em decorrência da implementação de tais práticas ajudam, inclusive, a contornar deficiências de áreas sociais prioritariamente encarregadas do Estado, mostrando ainda o interesse em contribuir com o bem-estar social, independente da área de atuação das autoridades, seja

municipal, estadual ou federal. Sem dúvida, para esses autores, a contribuição para a sociedade, além de alavancar a imagem da empresa, contribui sobremaneira para o desenvolvimento e a solidificação de processos participativos e democráticos.

4.2 Análise da dimensão a partir do roteiro de avaliação dos indicadores de prática de responsabilidade socioambiental

Na tabela 5 consta os dados resultantes da dimensão do roteiro de avaliação dos indicadores de prática de responsabilidade socioambiental, de acordo com as informações fornecidas pelos gestores das empresas consultadas. Logo em seguida, será feita a análise das quatro perguntas subjetivas.

4.2.1 Tabela 5 – Indicadores das práticas de responsabilidade socioambiental (em %)

Critérios	Concordo totalmente	Concordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Discordo parcialmente	Discordo totalmente	Total
Indícios da efetiva existência de práticas	0	75	25	0	0	100
Clareza para mostrar o processo de implementação das práticas	0	50	37,5	12,5	0	100
Clareza para mostrar os benefícios das práticas para a empresa	0	50	37,5	12,5	0	100
Clareza para mostrar os benefícios das práticas para a sociedade	0	62,5	25	12,5	0	100

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Logo no primeiro critério dessa última dimensão, sobre a capacidade do gerente/administrador/proprietário da empresa para demonstrar *in loco* indícios da efetiva existência de práticas de responsabilidade socioambiental, obteve-se uma maioria de 75% para a opção concordo parcialmente. A segunda opção mais assinalada foi a alternativa não concordo nem discordo, com somente 25% da amostragem. As alternativas concordo totalmente; discordo parcialmente; e discordo totalmente não foram ignoradas.

No tocante ao segundo critério, que interrogava acerca da capacidade do gerente/administrador/proprietário da empresa de apresentar com clareza, coerência, coesão, desenvoltura e propriedade como ocorre o processo de implementação das práticas de responsabilidade socioambiental, a alternativa mais indicada foi também a concordo parcialmente, com 50%; acompanhada das alternativas não concordo nem discordo, com somente 37,5% da amostragem; e discordo parcialmente com apenas 12,5% da coleta de dados. As alternativas concordo totalmente; e discordo totalmente não foram assinaladas.

Em relação ao terceiro critério, foi perguntando a respeito da capacidade do gerente/administrador/proprietário da empresa para indicar com clareza, coerência, coesão, desenvoltura e propriedade os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a empresa. Foram obtidos exatamente os mesmos resultados do segundo critério.

Já no último critério, quando a questão indagava sobre a capacidade do gerente/administrador/proprietário da empresa para apontar com clareza, coerência, coesão, desenvoltura e propriedade os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a sociedade, obteve-se uma maioria de 62,5% para a opção concordo parcialmente. A segunda alternativa mais assinalada foi a alternativa não concordo nem discordo, com apenas 25% da amostragem. As alternativas concordo totalmente; discordo parcialmente; e discordo totalmente não foram ignoradas.

Por fim, as quatro perguntas subjetivas eram as seguintes: 1) você pode mostrar agora pelo menos uma prática implementada pela empresa; 2) você pode mostrar ou apresentar como ocorre o processo de implementação dessa ou dessas práticas; 3) você pode elencar os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a empresa; e, por último, 4) você pode elencar os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a sociedade? Curiosamente, a média de convencimento obtida nas quatro perguntas foi de cerca de 50%, o que, em parte, indica que as informações fornecidas pelos respondentes, sendo convincentes em 50% dos casos, quando confrontadas com as informações coletadas na primeira dimensão, a partir do questionário, deveriam apresentar um nível de convencimento entre 60% ou 70%.

Para Costa et al. (2013), os indicadores de credibilidade, confiança e efetividade das práticas de responsabilidade socioambiental são alguns dos elementos que formam a base da Teoria da Legitimidade. Se algum desses elementos estiver comprometido, a tendência é que, caso a empresa não corrija eventuais problemas em um ponto ou outro; em um critério ou outro; ou em uma área ou outra, a tendência é que uma área afete a outra.

Além disso, de acordo com Favarin et al. (2017), os indicadores acabam por evidenciar se a empresa possui um efetivo compromisso com a política de responsabilidade socioambiental ou trata-se de um mero discurso de *marketing*, já relativamente comum entre muitas organizações. Portanto, como argumenta Löwy (2013), as empresas precisam entender que para aderir à política de responsabilidade socioambiental de forma ética, duradoura e responsável elas também necessitam repensar seu comportamento diante da dinâmica do sistema capitalista, em que o lucro continua – e provavelmente continuará – sendo é o elemento fundamental. Portanto, é necessário pensar tal política numa perspectiva de longo prazo, com ambições alcançáveis nos primeiros anos de implementação, para assim evoluir de práticas mais simples para mais práticas complexas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com relação ao problema levantado no decorrer deste estudo pode-se considerar uma relativa coerência entre o discurso organizacional das empresas e a efetiva aplicação de práticas de responsabilidade socioambiental implementadas na cidade de Picos-PI, uma vez que as informações objetivas e subjetivas apontam que as práticas existem, mas o seu processo de implementação pode não estar sendo aplicado de forma adequada, com a intensidade, os resultados e os benefícios, tanto para a empresa como para a sociedade, de acordo com o que foi colocado pelo representantes das empresas, principalmente, levando-se em consideração a avaliação subjetiva dos indicadores.

Quanto ao primeiro objetivo específico, observou-se que os representantes acreditam que ao chegarem na empresa os clientes conseguem identificar as práticas socioambientais desenvolvidas na empresa, seja através de demonstrações práticas diárias, durante a realização das atividades e também por meio das ações extensivas desenvolvidas para a sociedade tais como palestras, informativos de conscientização e oficinas.

No tocante ao segundo objetivo específico, também foi possível perceber que há de fato processos de aplicação de ações de responsabilidade socioambiental em execução. Tal quadro passa a ser questionável, já que a partir dos dados subjetivos não foi possível mensurar o nível de intensidade, os resultados e os benefícios de tais ações em termos concretos.

No que se refere ao último objetivo específico, os benefícios gerados para as empresas e para a sociedade em razão do cumprimento das práticas de responsabilidade socioambiental são, sobretudo, de natureza econômica e ambiental, pois os benefícios decorrentes da implementação desse tipo de política contribuiu para aumentar a satisfação dos funcionários

envolvidos no processo, melhorar os ganhos das empresas e ao mesmo tempo favorecer a preservação do meio ambiente.

Durante o período em campo, houve algumas limitações que podem-se apontar que além da dificuldade em encontrar representantes de empresas dispostos a participar do estudo, o processo de aplicação dos instrumentos tornou-se complexo em relação aos horários de disponibilidade dos representantes, o que tornou problemático a reunião geral de todas as informações. Mesmo assim, quando possível, os representantes das empresas foram solícitos e espontâneos em se submeter aos instrumentos de coleta de dados, comportamento que mostra sua boa-fé com o desenvolvimento da pesquisa.

O presente trabalho contribuiu para a ciência na medida em que ajudou a aumentar a bibliografia sobre o tema, além de chamar a atenção sobre a necessidade de um empreendimento coletivo sobre a questão da responsabilidade socioambiental, com destaque para o papel das empresas, da sociedade e não apenas dos órgãos governamentais.

Assim, espera-se que esse estudo possa contribuir para trabalhos posteriores de forma que uma análise abrangente possa ter resultados mais precisos, se obtiverem dados provenientes de portais de transparência, documentos internos e relatórios das organizações.

REFERÊNCIAS

ABREU, M. C. S. de; MEIRELES, F. R. da S.; CUNHA, L. T. **Diferentes percepções sobre a responsabilidade social corporativa em empresas líderes do Brasil e da Índia.** Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, São Paulo, v.10, n. 1, p. 18-29, jan./abr., 2015.

ALVES, R. R. **Administração verde: o caminho sem volta da sustentabilidade ambiental nas organizações.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

COHEN, M. et al. Responsabilidade Socioambiental Corporativa como Fator de Atração e Retenção para Jovens Profissionais. **Brazilian Business Review**, v. 14, n. 1, Vitória, ES, p. 21-41, jan./fev., 2016.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. **Métodos de Pesquisa em Administração.** 12 ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda., 2016.

COSTA, M. I. da et al. **Classificação do Conteúdo dos Relatórios de Sustentabilidade de Empresas Premiadas por suas Práticas de Responsabilidade Socioambiental.** Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, Brasília, DF, v. 7, n. 2, p. 147-166, abr./jun., 2013.

COSTA, F. J. da; CARVALHO, D. L. T. de; PACHECO, J. M. R. **Efeitos de apelos de responsabilidade socioambiental e de interesse do consumidor: uma análise no setor bancário.** Revista Eletrônica de Administração, ed. 86, n. 1, p. 179-205, jan./abr., 2017.

COSTA, S. R.; VALDISSER, C. R. **Uma análise do discurso organizacional sob o prisma da responsabilidade socioambiental: o caso Sabesp.** Revista Metropolitana de Sustentabilidade, v. 5, n. 1, p. 78-97, jan./abr., 2015.

CRUZ, J. E.; SOUZA, E. M. S. **Gestão de Recursos Humanos à Luz da Responsabilidade Social Empresarial: Um Estudo no Setor Sucroenergético em Goiás.** Gestão & Regionalidade, v. 33, n. 97, p. 23-47, 2017.

DROUVOT, H.; DROUVOT, C. M.; GOMES, S. C. **Análise das Práticas em Responsabilidade Socioambiental de 40 Empresas Cotadas Pelo Índice Ibovespa a Partir dos Websites e dos Relatórios de Sustentabilidade.** Revista Desenvolvimento em Questão, ano 12, n. 27, p. 298-332, jul./ set., 2014.

FARIAS, C. J. L.; MORAES FILHO, R. A. **Práticas de responsabilidade socioambiental empresarial nas usinas do setor sucroalcooleiro: estado da arte.** Revista de Administração, Contabilidade e Economia, v. 13, n. 3, p. 859-888, 2014.

FAVARIN, R. R. et al. **Responsabilidade Socioambiental: Um estudo sobre as ações das cervejarias pertencentes à CervBrasil. XIX Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente,** São Paulo, p. 1-16, dez., 2017.

FREIRE, P. **Política e Educação.** São Paulo: Cortez Editores, 1993.

FREIRE, P. **Educação e Mudança.** 31ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

GANZER, A. A. **Educação ambiental e meio ambiente em pauta.** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2017.

LÁZARO, L. L. B.; GREMAUD, A. P. **A responsabilidade social empresarial e a sustentabilidade na América Latina: Brasil e México.** Revista de Administração da UFSM, v. 9, n. 1, p. 138-155, jan./mar. 2016.

LIMA, M. Y. G.; BORINELLI, B.; VIEIRA, S. F. A. **Impactos da crise econômica nos programas de responsabilidade socioambiental do setor elétrico brasileiro: Um estudo nas empresas que compõem o ISE/ BM&FBOVESPA.** Revista Eletrônica Científica do CRA-PR, v. 2, n. 2, p. 18-30, 2015.

LÖWY, M. **Crise ecológica, crise capitalista, crise de civilização: a alternativa ecossocialista.** Caderno CRH, v. 26, n. 67, jan./abr., p. 79-86, 2013.

MADRUGA, S. R. **Estágio de maturidade da responsabilidade social corporativa e o desempenho econômico-financeiro: estudos em empresas brasileiras.** 2014. 184 f. Tese (Doutorado em Administração). Universidade de São Paulo, 2014.

PAIANO, D. B. **A preservação ambiental e o desenvolvimento econômico: posituação do valor constitucional da dignidade da pessoa humana.** 2006. 90 f. Dissertação (Mestrado Direito). Universidade de Marília, 2006.

RIBEIRO, P. E. da; C. D.; PUENTE-PALACIOS, K. E.; FERREIRA, T.V. A. **Responsabilidade socioambiental nas organizações: Uma medida de práticas organizacionais e endosso dos trabalhadores.** Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo, SP, v. 9, n. 1, p. 36-50, jan./abr., 2015.

ROSA, A. C. d.; OLIVEIRA, A. C. d.; GROHMANN, M. Z. **Responsabilidade socioambiental nas decisões de potenciais investidores.** Revista de Administração da UNIMEP. v.15, n.4, p. 1-23, set./dez., 2017.

SÁ, M. **Responsabilidade socioambiental: um desafio para a micro e pequena empresa.** X Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, p. 1-11, 2013.

SARAIVA, L. A. S.; IRIGARAY, H. A. dos R. **Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso.** Revista de Administração de Empresas, v. 49, n.3, p. 337-348, jul./set. 2009.

SOUZA, I. de. **A sociologia aplicada à administração numa perspectiva contra-hegemônica.** Picos: Universidade Federal do Piauí, 2014. (Artigo científico).

APÊNDICES



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI. Fone (89)
3422-1087 – Fax (89) 3422-1043

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Prezado (a), este questionário pretende obter informações para um trabalho de conclusão de curso de Bacharelado em Administração de Empresas. Os dados coletados servirão para analisar as possíveis práticas de responsabilidade socioambiental implementadas por empresas privadas da cidade de Picos-PI. Ao responder este questionário você concorda que o fez de livre e espontânea vontade. Entretanto, você pode decidir não participar mais da pesquisa a qualquer hora e momento de acordo com sua exclusiva vontade e conveniência. O nome da empresa, sua localização, perfil, área de atuação e qualquer dado ou informação que permita sua identificação serão mantidos no mais absoluto sigilo.

1. No momento, há práticas de responsabilidade socioambiental sendo implementadas pela empresa.

- () Concordo totalmente
- () Concordo parcialmente
- () Não concordo nem discordo
- () Discordo parcialmente
- () Discordo totalmente

2. O cliente/consumidor consegue identificar com facilidade essas práticas ao chegar à empresa.

- () Concordo totalmente
- () Concordo parcialmente
- () Não concordo nem discordo
- () Discordo parcialmente
- () Discordo totalmente

3. A empresa está conseguindo implementar de forma satisfatória o processo de aplicação dessas práticas.

- () Concordo totalmente
- () Concordo parcialmente
- () Não concordo nem discordo
- () Discordo parcialmente
- () Discordo totalmente

4. A empresa está conseguindo obter resultados satisfatórios no processo de aplicação dessas práticas.

- () Concordo totalmente
- () Concordo parcialmente
- () Não concordo nem discordo
- () Discordo parcialmente
- () Discordo totalmente

5. O processo de implementação dessas práticas está sendo economicamente viável, considerando a dinâmica de custo/benefício.

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

6. A empresa entende que a sociedade está sendo efetivamente beneficiada pelo processo de aplicação dessas práticas.

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

7. Considerando as dimensões da sustentabilidade socioambiental, em que área a empresa acredita que está sendo mais beneficiada.

- Área econômica
- Área social interna
- Área social externa
- Área ambiental

8. De acordo com a empresa, em que área a sociedade está sendo mais beneficiada.

- Área econômica
- Área social
- Área ambiental



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI. Fone (89)
3422-1087 – Fax (89) 3422-1043

APÊNDICE B – ROTEIRO DE AVALIAÇÃO DOS INDICADORES DE PRÁTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS

INDICADORES CONSIDERADOS
INDÍCIOS DA EFETIVA EXISTÊNCIA DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL
INDÍCIOS DA EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL
BENEFÍCIOS PARA A SOCIEDADE
BENEFÍCIOS PARA A EMPRESA

1. Você pode mostrar agora pelo menos uma prática implementada pela empresa?

1a. O gerente/administrador/proprietário da empresa foi capaz de demonstrar *in loco* indícios da efetiva existência de práticas de responsabilidade socioambiental?

- () Concordo totalmente
- () Concordo parcialmente
- () Não concordo nem discordo
- () Discordo parcialmente
- () Discordo totalmente

2. Você pode mostrar ou apresentar como ocorre o processo de implementação dessa ou dessas práticas?

2a. O gerente/administrador/proprietário da empresa foi capaz de apresentar com clareza, coerência, coesão, desenvoltura e propriedade como ocorre o processo de implementação das práticas de responsabilidade socioambiental da empresa?

- () Concordo totalmente
- () Concordo parcialmente
- () Não concordo nem discordo
- () Discordo parcialmente
- () Discordo totalmente

3. Você pode elencar os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a empresa?

3a. O gerente/administrador/proprietário da empresa foi capaz de indicar com clareza, coerência, coesão, desenvoltura e propriedade os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a empresa?

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

4. Você pode elencar os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a sociedade?

4a. O gerente/administrador/proprietário da empresa foi capaz de indicar com clareza, coerência, coesão, desenvoltura e propriedade os benefícios da implementação das práticas de responsabilidade socioambiental para a sociedade?

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
 () Dissertação
 () Monografia
 (x) Artigo

Eu, Thomas Anderson da Silva Santos,
 autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de
 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,
 gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação
Análise da governança entre o discurso organizacional e ações de responsabilidade de
seu ambiental: um estudo de caso em empresas privadas da cidade de Picos-PI
 de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título
 de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 08 de Agosto de 20 19

Thomas Anderson da S. Santos
 Assinatura

 Assinatura