

Benefícios da dimensão social da responsabilidade social empresarial para agroindústrias

Benefits of the social dimension of corporate social responsibility for agribusinesses

Rosicler Aparecida Pinto

Universidade Federal de Goiás. Goiânia, Goiás, GO, Brasil

José Elenilson Cruz

Instituto Federal de Brasília. Gama, Distrito Federal, DF, Brasil

Márcia Lúcia de Souza

Instituto Federal de Brasília. Gama, Distrito Federal, DF, Brasil

GT 03 - Evolução, estrutura, competitividade e dinâmica das cadeias agroindustriais

Resumo: Responsabilidade Social Empresarial (RSE) refere-se ao conjunto das expectativas econômicas, legais e éticas que a sociedade tem das empresas em determinado momento, o que indica que as responsabilidades das empresas vão além daquelas firmadas com seus acionistas para capturar as demandas da sociedade de forma geral. O objetivo geral desse estudo foi compreender os benefícios econômicos e não econômicos gerados pela RSE para duas agroindústrias goianas. A pesquisa, de caráter descritivo e qualitativo, utilizou análise documental, entrevistas semiestruturadas com gestores e observação não participante. Os resultados mostraram que a dimensão social da RSE trouxe vantagens como: reconhecimento da marca, redução de custos, aumento da produção, crescimento no mercado, vantagens financeiras, aumento da receita bruta, satisfação dos colaboradores, reconhecimento social e mitigação de problemas sociais. Na Empresa A, destacou-se a valorização do ser humano, com foco em qualidade de vida, segurança, treinamentos e respeito aos direitos humanos. Já a Empresa B evidenciou práticas voltadas à saúde, segurança, bem-estar, cumprimento do código de ética e conduta, além de políticas de direitos humanos e sustentabilidade, fortalecendo sua competitividade e credibilidade no mercado global. Conclui-se que a dimensão social da RSE contribui para o desenvolvimento sustentável, melhora o clima organizacional, gera valor para a comunidade e amplia a competitividade das agroindústrias, reforçando a importância da integração entre responsabilidade social e estratégia empresarial.

Palavras-chave: Instituto Ethos, Função Social e Ambiental, Conduta Ética.

Abstract: Corporate Social Responsibility (CSR) refers to the set of economic, legal, and ethical expectations that society has of companies at a given time, indicating that corporate responsibilities go beyond those established with shareholders to encompass broader societal demands. The overall objective of this study was to understand the economic and non-economic benefits generated by CSR for two agribusinesses in Goiás. The research, descriptive and qualitative in nature, employed document analysis, semi-structured interviews with managers, and non-participant observation. The results showed that the social dimension of CSR brought advantages such as: brand recognition, cost reduction, increased production, market growth, financial benefits, higher gross revenue, employee satisfaction, social recognition, and mitigation of social problems. In Company A, emphasis was placed on valuing human beings, with a focus on quality of life, safety, training, and respect for human rights. Company B, in turn, highlighted practices related to health, safety, well-being, compliance with the code of ethics and conduct, as well as human rights and sustainability policies, strengthening its competitiveness and credibility in the global market. It is concluded that the social dimension of CSR contributes to sustainable development, improves organizational climate, generates value for the community, and enhances the competitiveness of agribusinesses, reinforcing the importance of integrating social responsibility with business strategy.

Keywords: Ethos Institute, Social and Environmental Function, Ethical Conduct.

1. Introdução

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) abarca as obrigações tradicionais das empresas para com seus acionistas incorporando as expectativas econômicas, legais e éticas da

sociedade em geral (Mannarelli Filho, 2021). No Brasil, a propagação da RSE é impulsionada por entidades como o Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social, que preconiza uma gestão ética e transparente alinhada com metas empresariais sistêmicas em prol do desenvolvimento sustentável (Instituto Ethos, 2021).

Este estudo se fundamenta na concepção da RSE como uma modalidade de gestão que não se restringe ao lucro, mas abarca o desenvolvimento sustentável, a preservação dos recursos ambientais e culturais, a promoção de um ambiente de trabalho positivo e a valorização da marca e do produto (Mannarelli Filho, 2021). Sob essa concepção, investimentos em programas socioambientais retornam em diversos benefícios às empresas, como diminuição de conflitos, valorização da imagem institucional, diferenciação de produtos, lealdade do consumidor, capacidade de recrutar e manter talentos, flexibilidade e capacidade de adaptação, sustentabilidade do negócio a longo prazo, acesso a mercados e a crédito (Instituto Ethos, 2007), menos danos ambientais, maior diversidade do quadro funcional e ações antecipatórias de restrições de mercado etc. (Ashley, 2004).

Nesse aspecto, as empresas estão atentas à importância do alinhamento das três dimensões da sustentabilidade (econômica, social e ambiental), muito bem representadas pelo moderno conceito de RSE (Dahlsrud, 2008). O equilíbrio entre essas dimensões impulsiona a competitividade e retorna em benefícios econômicos e não econômicos (Freire; Souza; Roseto, 2008). Também é cada vez maior a consciência das empresas de que conduta ética e transparente nos negócios, ambiente de trabalho e relacionamento próximo com colaboradores, fornecedores e comunidade agregam valor ao produto (Macêdo; Gadelha; Cândido, 2014).

Da mesma forma, sabe-se que empresas que integram práticas de sustentabilidade ambiental — como a preservação dos recursos naturais e a redução de resíduos — aliadas à responsabilidade social, fortalecem o desenvolvimento das comunidades em que estão inseridas (Severo *et al.*, 2016). Isso significa que cada ação ambiental realizada sob modelos de gestão ESG (ambiental, social e governança) não apenas contribui para a proteção do meio ambiente, mas também gera benefícios concretos para a sociedade (Wang; Zhang, 2024).

Embora no segmento da agroindústria, fenômenos como esses tenham sido investigados por autores brasileiros (Silva *et al.*, 2014; Wissmann; Shikida; Ayala, 2018; Cruz; Sá de Souza, 2017; Cruz; Souza, 2018; Branco; Pereira; Palmisano, 2019; Mannarelli Filho, 2021), faltam pesquisas enfocadas mais precisamente na identificação de benefícios econômicos e não econômicos oriundos de práticas de natureza social, apesar de se saber que essas ações são comuns no segmento agroindustrial (Barbosa; Cândido, 2014).

Levando em conta as premissas da abordagem estratégica da RSE, que enfatiza os retornos econômicos e não econômicos resultantes de investimentos em programas voltados ao público interno, à comunidade e aos fornecedores (Instituto Ethos, 2007) este estudo tem como objetivo identificar os benefícios econômicos e não econômicos gerados pela *dimensão social* da RSE (que abarca temas relacionados aos três públicos citados) para duas agroindústrias goianas, a partir da análise documental e entrevistas com gestores, visando contribuir para uma compreensão mais aprofundada desses benefícios para o setor agroindustrial. Ambas as empresas são reconhecidas por certificações nacionais e internacionalizadas pela excelência de suas práticas de RSE na dimensão social.

2. Revisão da Literatura

2.1 Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) teve origem em discussões acadêmicas na década de 1950, principalmente nos Estados Unidos, sobre questões éticas relacionadas à filantropia empresarial (Carrol, 1979). O conceito de RSE evoluiu ao longo do tempo e passou a refletir diferentes ideias e compreensões sobre seu domínio e conteúdo (Ashley 2004), o que resultou na falta de estabilidade semântica, assim como tantos outros termos do léxico empresarial (Moretti, 2007).

Para Asley (2004), a evolução do conceito de RSE é uma consequência da expansão do público beneficiário das ações empresariais, embora, ainda, uma definição estreita de RSE – aquela que direciona os benefícios das ações da empresa apenas aos acionistas/sócios – seja defendida por alguns (Ashley, 2004). Tal definição é fundamentada na Teoria do *Stockholder* (Acionista), a qual postula que a única responsabilidade social das empresas é gerar lucro dentro dos limites legais. Assim, as empresas devem focar exclusivamente na produção de bens ou serviços, na geração de lucro e na remuneração adequada dos fatores de produção (Barbieri & Cajazeira, 2009). Sob essa perspectiva, a contribuição da empresa para com a sociedade ocorre por meio da geração de impostos e renda, e os gestores não devem utilizar recursos empresariais para resolver problemas sociais, já que a função da empresa é maximizar o lucro (Friedman, 1970). Portanto, quaisquer outras ações ou responsabilidades ficam relegadas a um segundo plano, pois caracterizam-se em apenas despesas.

Em uma definição ampla, na qual o conceito de RSE é fundamentado na Teoria dos *Stakeholders* (partes interessadas), as responsabilidades da empresa abarcam outros públicos para além dos acionistas/sócios e inclui os colaboradores, os clientes, os fornecedores, os

distribuidores, o governo, a comunidade, o meio ambiente, dentre outros (Barbieri; Cajazeira, 2009). Como *Stakeholders* são quaisquer indivíduos ou grupo de indivíduos que tem o potencial de afetar ou ser afetado pelas atividades da empresa (Freeman; Wicks; Parmar, 2004), eles precisam ser colocados no centro da estratégia de negócio para que fique explícita a forma como a empresa lida com seus interesses (Freeman; Wicks; Parmar, 2004).

Alinhado à visão ampliada da RSE está o consenso de que a RSE se refere ao conjunto das expectativas econômicas, legais, éticas que a sociedade tem em relação às organizações em determinado período (Schwartz; Carroll, 2003), o que significa dizer que a RSE, enquanto conceito, se apoia em princípios inerentes às naturezas dessas expectativas. Sob princípios econômicos e legais está o pressuposto de que a empresa deve auferir benefícios financeiros dentro dos parâmetros estabelecidos pela legislação; e sob princípios éticos estão o comportamento ético nos negócios e o apoio social embasado no dever moral da empresa com a sociedade.

Ainda sob a visão ampliada da RSE, cabe aos gestores identificar e analisar mais adequadamente os objetivos dos diversos grupos que interagem com a empresa, visando negociar com eles as maneiras mais apropriadas de alcançar seus objetivos sem prejudicar os interesses da empresa (Freeman; Wicks; Parmar, 2004). Isso implica na necessidade de a empresa identificar e inserir os valores e comportamentos dos *stakeholders* em todos os ambientes, locais e contextos de operação, entender as relações que eles mantêm e identificar como essas relações refletem ou são refletidas em seus processos ou procedimentos operacionais cotidianos (Freeman; Wicks; Parmar, 2004).

Esse entendimento fez surgir a abordagem instrumental da RSE, cujas premissas argumentam que “o que é bom para a empresa é bom para a sociedade” (Faria; Sauerbronn, 2008, p. 20) e quanto mais as demandas dos *stakeholders* são atendidas, maior é o desempenho econômico (Torelli *et al.*, 2019). Tal abordagem lança mão de ferramentas de gestão para melhorar o desempenho social da empresa (do inglês *corporate social performance* - CSP), que é uma medida da eficiência das interações da empresa com seus *stakeholders*, ancorada numa gestão de relacionamento baseada em sistemas de mensuração de resultados econômicos, sociais e ambientais (Wood, 2010).

O CSP é fruto de um comportamento socialmente responsável ao longo do tempo, e tal comportamento indica que a empresa possui maior consciência das questões culturais, ambientais e de gênero, empreende ação antecipada para evitar regulamentações restritivas do governo em relação às suas atividades e busca diferenciar seus produtos daqueles ofertados por

concorrentes menos responsáveis socialmente (Ashley, 2004). Os defensores da abordagem instrumental da RSE argumentam que há uma relação duradoura e positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa (Ashley, 2004).

Vários estudos sob a abordagem instrumental da RSE, buscaram mensurar a CSP para explicar como a RSE pode levar a maiores ganhos econômicos para as empresas (Cruz; Porto, 2022). Esses ganhos podem ser em termos de menor custo de crédito (Oikonomou *et al.*, 2014), de maior atração e desempenho da força de trabalho (Zhang *et al.*, 2014) ou de maior vantagem competitiva, reputação e satisfação de clientes (Saeidi *et al.*, 2015).

2.2 Evolução da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil

No Brasil, movimentos liderados por organizações que fazem parte da cultura da sociedade brasileira contribuíram para a evolução da RSE (Reis, 2007). Na década de 1960, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE) congregou empresários comprometidos com uma sociedade justa, livre e humana, e divulgou, à luz do pensamento social-cristão, a Carta dos Princípios Dirigentes Cristãos de Empresas. A ADCE foi pioneira no debate e estudo sobre o Balanço Social no Brasil, embora sua publicação só tenha acontecido em 1984 pela empresa Nitrofértil e, posteriormente, em 1992, pelo Banco do Estado de São Paulo - Banespa (Ashley, 2004; Sousa, 2006; Reis, 2007).

Na década de 1970, mais especificamente em 1973, a ADCE publicou um documento intitulado Decálogo do Empresário, recomendando que as empresas assumissem compromissos além dos objetivos legais e financeiros, de forma a incluir políticas direcionadas a todos os públicos envolvidos no negócio (Carmo, 2016).

Na década de 1980, foi criada a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), entidade privada e sem fins lucrativos, de caráter educativo e cultural, que defendia a humanização das empresas e sua união com a sociedade. A FIDES propôs um modelo de divulgação de atividades sociais que foi implementado a partir de 1990, a partir da sistematização de balanços e relatórios sociais de empresas sobre a atuação em relação à comunidade, meio ambiente e seus funcionários (Trevisan, 2002). Na década de 1990, a RSE ganha força no Brasil a partir do surgimento de organizações não governamentais (ONG's), como o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), o Instituto Brasileiro de Análises Econômicas (IBASE) e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que

auxiliaram a disseminar, divulgar e implantar o tema nas empresas (Sousa, 2006; Estigara; Pereira; Lews, 2009).

O GIFE discutia temas relacionados à filantropia, cidadania e responsabilidade empresarial, e seu objetivo era reduzir as desigualdades sociais visando à melhoria e transformação da sociedade (Trevisan, 2002; Carmo, 2016). O IBASE encabeçou a campanha nacional contra a fome, movimento que aproximou empresários de causas sociais (Trevisan, 2002; Carmo, 2016), e lançou uma campanha para estimular as empresas a divulgarem o Balanço Social, de forma a fortalecer a conduta ética e estimular a adoção de instrumento para publicação de políticas e ações de responsabilidade social (Trevisan, 2002; Carmo, 2016).

Essas ONGs também auxiliaram na realização da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), Rio 92 ou Eco-92, realizada em 1992 (Sousa, 2006; Cruz, 2011). A Rio-92 contou com 175 delegações de diversos países e foi palco de discussões de importantes temas relacionados à sociedade e ao meio ambiente. A Rio-92 promulgou a Agenda 21, norteando diretrizes para o desenvolvimento sustentável nos países e a melhoria da qualidade de vida das gerações presentes e futuras (Cruz, 2011; Sousa, 2006). No final da década de 1990, Pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) demonstrou que 67% das empresas situadas na região sudeste do Brasil praticavam ações sociais, como doações comunitárias ou a entidades sem fins lucrativos, apoiando as áreas da saúde, educação e lazer (Ashley, 2004).

Nos anos 2000, ampliaram-se os estudos e as discussões sobre RSE no Brasil no meio acadêmico e empresarial (Freire; Souza; Roseto, 2008). A percepção geral era a de que a prática de responsabilidade social não deve ser uma atividade isolada do negócio, mas uma nova forma de gestão que busca o sucesso e a competitividade da empresa por meio da ampliação de sua visão de mercado e da implantação de políticas de negócios socialmente responsáveis (Passador, 2002).

2.3 A Dimensão Social da RSE nos Indicadores Ethos ciclo 2018/2019

O Instituto Ethos tem desempenhado papel fundamental no avanço da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil desde sua fundação em 1998. Sua principal contribuição foi criar instrumentos práticos que ajudam empresas a incorporar a responsabilidade na *dimensão social* em sua gestão e estratégia, tornando-a parte do cotidiano corporativo.

A *dimensão social* possui quatro temas (direitos humanos, práticas de trabalho, questões relativas ao consumidor e envolvimento com a comunidade e seu desenvolvimento), oito subtemas (situações de riscos para os direitos humanos; ações afirmativas; relações de trabalho; desenvolvimento humano, benefícios e treinamento; saúde segurança e qualidade de vida; respeito ao direito do consumidor; consumo consciente; gestão de impacto na comunidade e desenvolvimento) e dezessete indicadores, conforme o quadro 1.

Quadro 1. Dimensão Social

Quadro 1: Dimensão Social		
Tema	Subtemas	Indicadores
Direitos Humanos	Situações de Riscos para os Direitos Humanos	20. Monitoramento de Impacto do Negócio nos Direitos Humanos 21. Combate ao Trabalho Infantil na Cadeia de Suprimentos 22. Trabalho Forçado (ou análogo ao escravo) na Cadeia de Suprimentos
	Ações Afirmativas	23. Promoção da Diversidade e Equidade
Práticas de Operação e Gestão	Relações de Trabalho	24. Relações com Empregados (efetivos, terceirizados, temporários, parciais) 25. Relações com Sindicatos
	Desenvolvimento Humano, Benefícios e Treinamento	26. Remuneração e Benefícios
		27. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional
		28. Comportamento Frente a Demissões e Aposentadoria
	Saúde Segurança e Qualidade de Vida	29. Saúde e Segurança dos Empregados
		30. Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho
Questões Relativas ao Consumidor	Respeito ao Direito do Consumidor	31. Relacionamento com o Consumidor 32. Impacto Decorrente do Uso de Produtos ou Serviços
	Consumo Consciente	33. Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente
	Envolvimento com a Comunidade e seu Desenvolvimento	Gestão de Impacto na Comunidade e Desenvolvimento
35. Compromisso com Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais		
36. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores		

Fonte: Adaptada de Instituto Ethos (2018/2019).

Os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019, reconhecem que as empresas, além dos governos, são responsáveis por garantir o respeito aos

Direitos Humanos. Esse respeito não se limita ao cumprimento legal, mas se aplica a todos os relacionamentos da empresa. Nesse sentido, torna-se fundamental que a empresa estabeleça políticas e mecanismos que favoreçam o respeito e previnam qualquer tipo de violação a esses direitos (Instituto Ethos, 2018/2019).

As práticas de trabalho, segundo essa versão dos Indicadores Ethos, referem-se à geração de empregos e às contribuições econômicas e sociais que viabilizam os objetivos da sociedade em termos de melhoria da qualidade de vida, trabalho digno, e ao vínculo de empregados com sindicatos. Diante disso, orientam o desenvolvimento humano, seus benefícios e treinamento, indo ao encontro da preocupação com o futuro dos empregados no que se refere à remuneração, desenvolvimento profissional, demissão, aposentadoria, saúde, segurança e qualidade de vida de todos os envolvidos (Instituto Ethos, 2018/2019).

3. Metodologia

Conforme Gil (2022), este estudo classifica-se, quanto ao objetivo, em descritivo, porque visa descrever benefícios econômicos e não econômicos relacionados às ações de natureza social para duas agroindústrias em Goiás. Quanto à abordagem, é um estudo qualitativo, já que utiliza a análise de conteúdo para o tratamento dos dados, e quanto ao procedimento técnico, trata-se de um estudo de caso (multicasos), já que buscou investigar o fenômeno empiricamente de forma ampla e aprofundada no seu contexto real, apoiando-se em coleta de dados por meio de análise documental, entrevista semiestruturada e observação não participante.

A análise documental foi realizada em três tipos de relatórios das empresas: 1) Annual Report (relatório anual financeiro e institucional); 2) Relatório GRI (Global Reporting Initiative); 3) Relatório ESG (Environmental, Social e Governance), emitidos nos anos de 2018 e 2022. O primeiro é um documento tradicional, de caráter financeiro e institucional, que apresenta balanços, desempenho econômico, governança e perspectivas da empresa, e tem como foco principal informar investidores e acionistas (Guan, Zhang, & Zhu, 2023). O segundo é um documento estruturado de acordo com as Diretrizes da GRI, que padronizam a forma de relatar impactos econômicos, ambientais e sociais oriundos da atividade empresarial, sendo voltado tanto para investidores quanto para a sociedade, governos e demais *stakeholders* (Brown, Jong, & Levy, 2009). O terceiro, o relatório ESG, é um documento voltado a *stakeholders* estratégicos (Investidores e analistas de mercado, instituições financeiras, órgãos reguladores governamentais, clientes e consumidores, sociedade de civil, dentre outros) com o

objetivo de relatar as práticas ambientais (E), sociais (S) e de governança (G) desenvolvidas pela empresa (Rouen, Sachdeva, & Yoon, 2022). Foram extraídas dos relatórios mencionados as informações relacionadas à RSE na *dimensão social*.

As entrevistas semiestruturadas foram realizadas com um gestor de cada empresa responsável pela área social, enquanto a observação não participante ocorreu durante visitas presenciais às instalações, utilizando o diário de bordo para registrar informações sobre os projetos e ações sociais desenvolvidos. A coleta de dados aconteceu entre os dias 11 e 15 de julho de 2022. O roteiro das entrevistas contou com 18 questões voltadas à dimensão social, estruturadas em quatro temas principais (direitos humanos, práticas de trabalho, questões relativas ao consumidor e envolvimento com a comunidade e seu desenvolvimento), oito subtemas (situações de riscos para os direitos humanos; ações afirmativas; relações de trabalho; desenvolvimento humano, benefícios e treinamento; saúde, segurança e qualidade de vida; respeito ao direito do consumidor; consumo consciente; gestão de impacto na comunidade e desenvolvimento) e dezessete indicadores, elaborados a partir das dimensões dos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019, conforme descrito no Referencial Teórico.

A análise dos dados foi realizada por meio da técnica Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) e consistiu de 3 fases: 1) pré-análise; 2) exploração do material e 3) tratamento, inferência e interpretação. Na primeira, os conteúdos obtidos dos relatórios anuais das entrevistas e das observações foram sistematizados em conformidade com os temas descritos no referencial teórico, com o propósito de estabelecer indicadores para interpretação das informações extraídas (Bardin, 2011). Na segunda, definiu-se as regras de contagem, a classificação e a agregação das informações em categorias (Bardin, 2011), utilizando-se palavras-chaves para a codificação e agrupando-as de forma hierárquica. As palavras-chaves tiveram como fontes os relatórios anuais e as entrevistas semiestruturadas. As regras escolhidas foram a análise do texto na íntegra e a supressão de termos coloquiais, gírias, explicações duplicadas ou demasiadas. Os segmentos de textos ou unidade de contexto são trechos retirados dos GRI e ESG presentes no relatório anual e das entrevistas.

4. Discussão dos Resultados

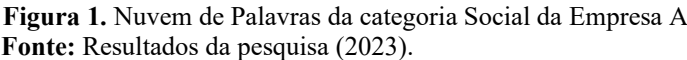
4.1 *Dimensão Social* da RSE na Empresa A

A Empresa A caracteriza-se pela valorização do ser humano como um de seus pilares estratégicos. Fundada com a função social de gerar mais empregos para o município Goiano, sua missão é oferecer soluções de energia, alimentos e higiene para promover o bem-estar das pessoas (EMPRESA A). Essa empresa é vista como referência no setor sucroenergético brasileiro por aliar produtos de alta qualidade, ações socioambientais e foco no desenvolvimento sustentável e também por possuir certificações que atendem a padrões nacionais e internacionais (EMPRESA A).

Quanto a categoria social, é possível afirmar que, mediante os documentos, a Empresa A prima pela qualidade de vida de seus colaboradores, fomentando ações sociais, educacionais e culturais, assim como de segurança e medicina do trabalho para prevenção, focando no clima organizacional com boas relações, comunicação, incentivo, benefícios e bem-estar de todas as partes interessadas, com base no respeito e confiança, bem como treinamentos constantes e cumprimento do Código de Conduta, pautado na transparência, inclusive quanto a promover e garantir o respeito aos direitos humanos e liberdade de expressão, combatendo práticas inadequadas e de discriminação.

O gestor afirma que a empresa valoriza a segurança e medicina do trabalho, com orientações, treinamentos e palestras a seus colaboradores, respeitando os direitos humanos, o que lhe rendeu várias certificações tanto nacionais como internacionais, devido ao clima organizacional, satisfação de seus colaboradores, e bem-estar nas relações interpessoais dentro da empresa, bem como benefícios como geração de valor e desenvolvimento local, pela mitigação dos problemas e cumprimento das normas legais de forma transparente.

Considerando a análise de conteúdo, pela unidade de registro, tema ou subcategoria saúde, direitos humanos, treinamento e trabalho, que envolve a categoria social, chegou-se a nuvem de palavras, conforme figura 1.



Nossos colaboradores e a comunidade por meio de uma educação formal de qualidade, para que eles se tornem agentes de transformação e prosperidade, mais conscientes de seus direitos, deveres e dos princípios de sustentabilidade. Ao mesmo tempo, desenvolvemos talentos e mão de obra qualificada para atender às demandas e aos desafios futuros (EMPRESA A).

Página 11 de 20

4.2 Dimensão Social da RSE na Empresa B

A Empresa B tem como missão oferecer alimentos saudáveis, seguros e acessíveis, mantendo a credibilidade dos produtos e buscando participação no mercado global, com respeito à vida, ao meio ambiente e aos direitos do consumidor. A empresa traz em seu sítio na internet um alinhado padrão de governança corporativa, de qualidade e de segurança de produtos, além de bom relacionamento com integrados e parceiros, eficiência operacional, rentabilidade dos investimentos, estratégia logística, bem-estar, plano de expansão e consolidação, saúde e segurança de colaboradores, gestão de riscos, controles internos e programa de *compliance* (EMPRESA B).

Quanto a categoria social, é possível afirmar que, mediante os documentos, a Empresa B prima por apresentar uma preocupação com o cumprimento por todos os envolvidos do Código de ética e Conduta, em relação a treinamento de conscientização relacionado à segurança, à saúde, entidades de classe, assim como o bem-estar tanto das pessoas quanto do meio ambiente e biossegurança, estes feitos por uma equipe multidisciplinar.

Há uma preocupação com a implementação de plano de cargos e salários, assistência social, odontológica e de saúde, assim como parcerias com academias, tendo como diferencial uma cultura centralizada nas pessoas, sem discriminação, por constantes treinamentos envolvendo boas práticas de fabricação e produção.

Também abrange a proteção individual e coletiva e cuidados com meio ambiente, aliados a uma política de direitos humanos, se atentando inclusive a demandas trabalhistas, avaliação de riscos e de eficácia, erradicação do trabalho forçado, infantil ou perigoso, com o compromisso com pesquisas de satisfação, ética e cumprimento da legislação vigente, garantindo certificações para empresa e geração de valor pelo desenvolvimento sustentável, por informações ao consumidor nos rótulos e nos canais de comunicação internos e externos, expressando os cuidados com ações respeitosas, humanas e saudáveis, alicerçados nos pilares de atuação da empresa, impulsionando a cultura, promovendo o ambiente seguro, aumentando a competitividade, evitando mudanças climáticas e se firmando no mercado.

Mediante entrevista com o gestor, foi enfatizado que a Empresa B se importa com a saúde, segurança, bem estar dos colaboradores com foco prevencionista, fornecendo variados treinamentos e ações sociais, tanto para os colaboradores como para a comunidade em geral, bem como cuidados em relação aos direitos humanos e cumprimento da legislação trabalhista. Considera pesquisas de satisfação para desenvolver estratégias de informações, que geram

Considerando a análise de conteúdo, pela unidade de registro, tema ou subcategoria saúde, direitos humanos, treinamento e trabalho que envolve a categoria social, chegou-se a nuvem de palavras, conforme figura 2.



Fonte: Entrevistas e Documentos (2022).

A figura 2 apresenta com destaque as palavras trabalho, colaborador, treinamento, produto, social, ética, no qual a Empresa B visa pelo cumprimento do Código de ética e Conduta, por treinamentos em relação à segurança, à saúde, o bem-estar, com o atendimento trabalhista de forma em geral, aliados a uma política de direitos humanos e geração de valor pelo desenvolvimento sustentável, com ações respeitosas, humanas e saudáveis para se consolidar no mercado, conforme disposto no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2021, de acordo com as diretrizes da GRI, presentes nos relatórios anuais das empresas.

Página 13 de 20

equipamentos de proteção individual (EPIs) e de proteção coletiva (EPCs) (EMPRESA B).

Dessa forma, a Empresa B reafirma seu compromisso com a ética e a responsabilidade social, ao garantir que todos os colaboradores e parceiros estejam alinhados às práticas seguras, saudáveis e respeitadas. A consolidação de treinamentos contínuos e do cumprimento rigoroso do Código de Ética e Conduta fortalece não apenas a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, mas também a credibilidade da organização perante o mercado e a sociedade. Esse posicionamento evidencia a busca por um ambiente de trabalho justo e responsável, que contribui para o desenvolvimento sustentável e para a geração de valor compartilhado.

4.3 Benefícios Econômicos e não-Econômicos da *Dimensão Social* da RSE da Empresa A

O gestor da Empresa A, ao responder o questionamento sobre como a empresa percebe os benefícios com seus programas e projetos, se posicionou alegando que eles apresentam benefícios tanto econômicos quanto não econômicos.

Na formação de mão de obra qualificada que a empresa participa com apoio financeiro e estrutural, e que acabam sendo contratados pela empresa. Na geração de riquezas para os municípios com o incremento do recolhimento de impostos, fazendo gerar a roda da economia. Aumento da produtividade com implantação de novas tecnologias (Gestor da Empresa A).

Pelas ações sociais baseadas no Código de Ética que o comitê social realiza, financiadas pela venda de açúcar orgânico, é possível perceber como benefício não econômico, a valorização da população do município que a Empresa A se situa, essas ações geram certificação e valorização do produto com entrada em novos mercados consumidores.

Nós temos uma política aqui se você observar no nosso código de ética [...] comitê social ele faz um levantamento [...] implantação de 100% dos moradores de Interior Goiano tem operação do olho oftalmologia [...] a gente exporta açúcar orgânico então a gente é certificado então o comprador que compra esse açúcar orgânico nosso que é certificado no CRTRADE para cada tonelada que ele compra ele paga um valor a mais para o comitê então ele tem esse compromisso de fazer voluntariamente [...] a gente tem uma atuação muito grande e esse dinheiro que a gente faz do comitê social ele é um dinheiro que é para isso mesmo [...] tem uma equipe de garantia da qualidade que trabalha na valorização da qualidade dos nossos produtos o que a empresa ganha com essa qualidade assegurado o nosso produto com essa certificação a gente entra em novos mercados [...] a gente tem uma preocupação de tudo que está chegando na Empresa. Queremos ter o melhor aproveitamento ambientalmente e socialmente corretos. (Gestor da Empresa A).

Considerando as unidades de registro e as unidades de contexto que fomentaram a análise dos documentos e das entrevistas foi possível compreender os benefícios econômicos e

não econômicos da RSE para a Empresa A, de forma qualitativa. Contudo, também foi realizada uma análise quantitativa dos encontrados para então, fechar os achados.

Outros fatores a serem considerados são: a adoção de políticas, normas e procedimentos que melhoram consideravelmente o desempenho e a produtividade dos funcionários, como horas médias de treinamento, cujo índice aumentou de 8 para 31; o investimento direto em treinamento, que aumentou de R\$ 366 mil ano anterior para R\$758 mil ano atual; a queda da taxa de frequência de acidentes, que reduziu de 4,8 do ano anterior para 3,6 ano atual.

Dos fatores contribuintes para a melhora nos indicadores, podemos destacar o maior envolvimento das lideranças, que acompanham mensalmente os dados monitorados, melhora no comportamento dos funcionários, desenvolvimento da cultura prevencionista em relação à segurança e saúde, além dos investimentos nos postos de trabalho e em treinamentos (EMPRESA A).

No tocante aos benefícios não econômicos a análise se dará quanto aos dados quantitativos, que demonstram a satisfação do trabalho pelos colaboradores. Para tal, se valeu do Caderno de Indicadores da Empresa A, no qual contêm os dados quantitativos do ano de 2020/2021 em relação a 2021/2022, conforme quadro 2.

Quadro 2. Benefícios Não Econômicos da Empresa A

Índice	2020/2021	2021/2022	Variação
Satisfação do trabalho pelos colaboradores (%)	83	84	Positiva

Fonte: Caderno de Indicadores GRI-SASB-TCFD – (2021-2022)

Em relação à satisfação do trabalho pelos colaboradores, considerando o resultado do clima organizacional GPTW, a avaliação foi positiva em relação ao ano anterior. Apesar de ter crescido apenas 1%, manteve-se em um nível de avaliação acima dos 80%. Salienta-se que houve uma diminuição da taxa de frequência de acidentes, de 4,8 para 3,6 e, um aumento significativo de média de horas de treinamento (h/n colaboradores), de 8 para 31. Isso denota que a Empresa A investe na gestão do capital humano.

Importância do capital humano e do conhecimento é um fator crítico para a Empresa A, gerando equipes engajadas e que geram valor para o negócio e para a sociedade. Expressão do Líder 3D. Meta #21-Resultado do clima organizacional GPTW. (EMPRESA A).

Nesse contexto, percebe-se que a Empresa A consegue transformar sua atuação em responsabilidade social empresarial em resultados concretos, tanto econômicos quanto não

econômicos. Os investimentos em treinamento, segurança e qualidade de vida dos colaboradores refletem diretamente na produtividade e na redução de acidentes, enquanto as ações sociais e ambientais consolidam a imagem da organização e ampliam sua inserção em novos mercados. Especificamente em relação ao fortalecimento da imagem, Cardoso *et al.* (2023) mostraram que consumidores tendem a preferir produtos e serviços de empresas socialmente responsáveis.

4.4 Benefícios Econômicos e não Econômicos da *Dimensão Social* da RSE à Empresa B

A empresa B, destacou-se pelos cuidados com os colaboradores com realização de treinamentos constantes para fixação deles, bem como atendimento à saúde e prevenção de acidentes de trabalho, gera o benefício não econômico do sentimento de orgulho em fazer parte da empresa. Esses cuidados geram benefícios econômicos por evitar gastos com novas contratações de pessoal, por afastamento em caso de doença ou acidente de trabalho, além do alto rendimento na produção.

Isso reflete que as pessoas vão querer ficar mais tempo aqui. Isto você gera menos gasto com pessoas, porque você fixa a pessoa, ela quer trabalhar 'pra' você. Então, é um impacto que a gente não consegue medir o valor aí, mas que, com certeza, ele gera uma economia [...] Na pesquisa de clima auditada aqui no GPTW, existe uma pergunta lá é...você tem orgulho de trabalhar na SSA ? Isso é o pilar mais forte que existe dentro da empresa então digamos que de 100% quase 99% respondem que sim que tem muito orgulho de estar na empresa (Gestora da Empresa B).

Nesse sentido, pela perenidade da empresa vai criando um legado que apresenta como benefício não econômico a questão da reputação. Em contrapartida, por ser uma empresa com reputação e credibilidade no mercado tem menos risco de negócio, o que ocasiona ganhos anuais.

Outro impacto, que aí seria é o não econômico é a questão de reputação. Eu acho que você cria uma empresa que vai durar muitos anos, então você cria um legado, você cria uma empresa que vai ser perene, [...] tem menos risco ali 'pro' seu negócio (Gestora da Empresa B).

Ainda, pela política anticorrupção, bem como política de proteção e respeito ao trabalhador, os benefícios não econômicos se apresentam pelo insistente orgulho do colaborador trabalhar na empresa e como benefícios econômicos os ganhos de certificados e reconhecimento como uma das melhores empresas do Estado de Goiás, o que gera lucros anuais.

Sobre o trabalho forçado, o trabalho infantil, existe uma política nossa que, obviamente proíbe isso [...] e também ninguém aqui tem uma autoridade pra ter uma agressão verbal, moral, física isso é completamente combatido o tempo todo, desde quando a pessoa entra ali. Então, faz parte da nossa cultura sabe, isso faz parte da cultura da SSA, respeitar o próximo, bem eu acho que por isso as pessoas tem tão insistente dom, tão insistente orgulho, [...]. Tanto é que a gente é certificado hoje nós estamos como uma das melhores do estado do Goiás [...] (Gestora da Empresa B).

Em síntese, observa-se que a Empresa B construiu uma cultura organizacional sólida, pautada no respeito, na valorização e na proteção de seus colaboradores, o que gera benefícios tanto econômicos quanto não econômicos. O orgulho de pertencer à instituição, aliado às políticas de saúde, segurança e anticorrupção, fortalece a reputação e a credibilidade da empresa no mercado, reduzindo riscos e garantindo perenidade. Dessa forma, a combinação entre cuidado humano e resultados financeiros consolida um legado sustentável, capaz de gerar impactos positivos duradouros para os trabalhadores, para a sociedade e para o próprio negócio.

5. Considerações finais

Este estudo buscou identificar os benefícios econômicos e não econômicos gerados por ações de natureza social para duas agroindústrias em Goiás, a partir da análise de documentos, entrevistas com gestores e observação não participante. Destaca-se como a dimensão social da responsabilidade social empresarial (RSE) gera benefícios econômicos e não econômicos para agroindústrias goianas.

A análise das duas empresas estudadas demonstrou que, embora cada uma tenha adotado enfoques distintos, a Empresa A demonstrou maior ênfase na valorização do ser humano e desenvolvimento comunitário, e a Empresa B enfatizou a saúde, segurança, bem-estar e cumprimento de normas éticas, porém, ambas alcançaram resultados positivos que reforçam a credibilidade e posicionamento no mercado. Essas práticas consolidam as agroindústrias como agentes de transformação social e de desenvolvimento sustentável, ampliando sua capacidade de adaptação às demandas globais.

Dessa forma, a dimensão social da RSE não se limita a cumprir exigências legais, mas se torna um diferencial competitivo que gera valor econômico e social, reforçando o papel das empresas como protagonistas na promoção de mudanças positivas na sociedade.

Embora a análise desses benefícios ofereça *insights* valiosos para empresas interessadas em adotar práticas sociais responsáveis, é importante reconhecer as limitações deste estudo, como o potencial viés das respostas às entrevistas e o acesso restrito a documentos que podem afetar a abrangência da análise.

As sugestões para futuras pesquisas incluem o desenvolvimento de um instrumento específico de mensuração dos benefícios, a ampliação das fontes de dados e a implementação de estudos longitudinais.

Referências

- ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARBOSA, R. G.; CÂNDIDO, G. A. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade na agroindústria. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 2, p. 45-67, 2014.
- BRANCO, L.M.P.C.; PEREIRA, R.S.; PALMISANO, A. Responsabilidade social corporativa: análise de ações desenvolvidas em uma indústria alimentícia. **REUNIR Revista de Administração Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 9, n. 3, p. 46-64, 2019.
- BROWN, H. S.; JONG, M.; LEVY, D. L. **Building institutions based on information disclosure: lessons from GRI's sustainability reporting**. *Journal of Cleaner Production*, v. 17, n. 6, p. 571-580, 2009.
- CARDOSO R. et al. (2023). Integrando os ODS: um estudo de caso em duas empresas brasileiras do setor de cosméticos. **Revista Gestão Organizacional (RGO)**, 16(3).
- CARMO, M. S. **Responsabilidade social empresarial no Brasil: evolução e desafios**. São Paulo: Atlas, 2016.
- CARROLL, A. B. **A three-dimensional conceptual model of corporate performance**. *Academy of Management Review*, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.
- CRUZ, C. R. **Responsabilidade social empresarial: evolução e práticas no Brasil**. Brasília: UnB, 2011.
- CRUZ, C. R.; PORTO, R. A. Responsabilidade social empresarial e desempenho econômico: uma análise instrumental. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 26, n. 1, p. 45-63, 2022.
- CRUZ, C. R.; SÁ DE SOUZA, J. Agroindústria e responsabilidade social: estudo de caso. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n. 3, p. 421-440, 2017.
- CRUZ, C. R.; SOUZA, J. S. Responsabilidade social empresarial na agroindústria brasileira. **Revista de Administração Pública**, v. 52, n. 2, p. 321-340, 2018.
- DAHLSTRUD, A. **How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions**. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, v. 15, n. 1, p. 1-13, 2008.

ESTIGARA, A.; PEREIRA, R.; LEWS, S.A.L.B. **Responsabilidade Social e Incentivos Fiscais**. São Paulo: Atlas, 2009.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. J. A responsabilidade social corporativa: uma análise crítica. **Revista de Administração de Empresas**, v. 48, n. 3, p. 20-29, 2008.

FREEMAN, R. E.; WICKS, A. C.; PARMAR, B. **Stakeholder theory and “the corporate objective revisited”**. *Organization Science*, v. 15, n. 3, p. 364-369, 2004.

FREIRE, O.; SOUZA, J.; ROSETO, R. Responsabilidade social empresarial e competitividade. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 3, p. 11-34, 2008.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, 13 set. 1970.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

GUAN, Y.; ZHANG, L.; ZHU, H. **Corporate annual reports and investor decision-making**. *Accounting Review*, v. 98, n. 2, p. 321-345, 2023.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis – Ciclo 2018/2019**. São Paulo: Instituto Ethos, 2019.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social empresarial: guia de elaboração de balanço social**. São Paulo: Instituto Ethos, 2007.

MACÊDO, M. A.; GADELHA, C. A.; CÂNDIDO, G. A. Sustentabilidade ambiental e competitividade empresarial. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 89-110, 2014.

MANNARELLI FILHO, J. Responsabilidade social empresarial na agroindústria brasileira. **Revista de Administração Pública**, v. 55, n. 1, p. 77-95, 2021.

MORETTI, S. M. Semântica da responsabilidade social empresarial. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 2, p. 45-56, 2007.

OIKONOMOU, I.; BROOKS, C.; PAVELIN, S. The impact of corporate social performance on financial risk and utility: a longitudinal analysis. **Financial Management**, v. 43, n. 2, p. 295-317, 2014.

PASSADOR, C. S. Responsabilidade social empresarial: uma nova forma de gestão. **Revista de Administração Pública**, v. 36, n. 4, p. 623-640, 2002.

PINHEIRO, R. Estratégia e responsabilidade social empresarial: retornos econômicos e não econômicos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 27, n. 1, p. 55-72, 2023.

REIS, J. C. **Responsabilidade social empresarial no Brasil: história e evolução**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

ROUEN, E.; SACHDEVA, A.; YOON, A. ESG disclosure and stakeholder engagement. **Journal of Accounting Research**, v. 60, n. 3, p. 789-825, 2022.

SAEIDI, S. P. et al. How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? **Journal of Business Research**, v. 68, n. 2, p. 341-350, 2015.

SEVERO, E. A. et al. Environmental sustainability and social responsibility in Brazilian companies. **Journal of Cleaner Production**, v. 137, p. 131-142, 2016.

SILVA, R. M. et al. Responsabilidade social empresarial na agroindústria: estudo de caso. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 52, n. 4, p. 623-640, 2014.

SOUSA, J. S. Responsabilidade social empresarial no Brasil: evolução histórica. **Revista de Administração Pública**, v. 40, n. 2, p. 321-340, 2006.

SCHWARTZ, M. S.; CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. **Business Ethics Quarterly**, v. 13, n. 4, p. 503-530, oct. 2003.

TORELLI, R. et al. Corporate social responsibility and firm performance: stakeholder approach. **Journal of Business Ethics**, v. 154, n. 2, p. 1-15, 2019.

TREVISAN, L. **Responsabilidade social empresarial: balanço social e cidadania corporativa**. São Paulo: Atlas, 2002.

WANG, Y.; ZHANG, L. ESG practices and community development: evidence from emerging markets. **Sustainability**, v. 16, n. 1, p. 1-15, 2024.

WISSMANN, M.; SHIKIDA, P.; AYALA, L. Responsabilidade social empresarial na agroindústria brasileira. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 3, p. 321-340, 2018.

WOOD, D. J. Corporate social performance revisited. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 4, p. 691-718, 2010.

ZHANG, D. et al. Corporate social responsibility and employee performance. **Human Resource Management**, v. 53, n. 5, p. 671-690, 2014.