

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS

Marcelo Matias de Souza FILHO¹

Gilson Rodrigo Silvério POLIDORIO²

RESUMO: O presente trabalho procurou analisar a importância da gestão socioambiental nas empresas, que visa preencher a lacuna existente sobre o tema. Evidenciou-se a necessidade da abordagem do tema, pois o mercado passa por uma constante mudança acompanhada de uma elevada competitividade e para que as empresas estejam preparadas para enfrentarem esse cenário é necessário que elas também analisem o impacto de suas operações dentro e fora da sua unidade institucional, verificando, assim, os impactos de suas políticas e ações para com seus clientes, empregados, comunidade, ou seja, na sociedade como um todo. Por meio de uma pesquisa de caráter bibliográfico foi possível estabelecer o ganho de espaço das questões de responsabilidade social e sustentabilidade entre os temas de discussão empresarial da atualidade, além de destacar qual a importância e benefício o ambiente organizacional adquire com essas práticas.

Palavras-chave: Gestão Socioambiental. Responsabilidade Social. Responsabilidade Ambiental.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objeto de estudo um tema relevante para a área empresarial, a importância da gestão socioambiental nas empresas, que visa preencher a lacuna existente sobre o tema, através de uma apreciação empreendedora de gestão organizacional e estratégia alinhada à responsabilidade social e sustentabilidade das empresas, de forma a buscar suas características, seus conceitos, de modo a fundamentar os seus desdobramentos nos dias atuais, bem como sua influência no mercado e sociedade.

¹ Discente do 3º termo do curso de Administração do Centro Universitário “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Marcelo_mmsf@hotmail.com

² Mestre em Administração pela Fundação Getúlio Vargas – FGV. Graduado em Administração pelo Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Professor dos Cursos de Negócios do Centro Universitário “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. gilsonpolidorio@toledoprudente.edu.br. Orientador do trabalho.

Evidenciou-se a necessidade da abordagem do tema, pois o mercado passa por uma constante mudança acompanhada de uma elevada competitividade e para que as empresas estejam preparadas para enfrentarem esse cenário é necessário que elas também analisem o impacto de suas operações dentro e fora da sua unidade institucional, verificando, assim, os impactos de suas políticas e ações para com seus clientes, empregados, comunidade, ou seja, na sociedade como um todo.

Diante disso, a ideia proposta neste trabalho seria a abordagem visando o estudo, esclarecimento e conclusão da questão: qual a importância da gestão socioambiental e seus impactos para as empresas? Justificam-se as áreas de gestão organizacional e estratégia estarem inseridas neste contexto, visto que há um aumento de normas e padrões técnicos, crescente demanda do mercado nacional e internacional e principalmente as grandes exigências de consumidores conscientes que se importam e cobram atitudes socioambientais empresariais.

Em sua metodologia trata-se de uma pesquisa de caráter bibliográfico que acompanhará todo o processo de investigação do tema.

2 A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS EMPRESAS

A questão ambiental, nas últimas décadas, ganhou importante espaço dentro do contexto da gestão empresarial, mudando o foco que antes era operacional, quando não era regido meramente pelo cumprimento dos requisitos legais, para ser, agora, a ação estratégica associada à sustentabilidade empresarial.

O processo para isso não foi simples tampouco rápido. Essa estratégia é marcada por pressões da sociedade civil, grandes acidentes ambientais, surgimento de uma legislação ambiental restrita entre outras. O setor empresarial para de enxergar a responsabilidade socioambiental como uma barreira para seu desenvolvimento e chega a conclusão que um negócio saudável depende da integração das dimensões econômica, ambiental e social.

A responsabilidade social empresarial tornou-se um dos temas da gestão mais discutidos e propagados, tornando-se importante item na estratégia competitiva das empresas, bem como na avaliação do seu desempenho. As

empresas estão inseridas em um ambiente cada vez mais complexo, no qual preço competitivo e qualidade já não são variáveis capazes de garantir sucesso às organizações.

As organizações bem sucedidas serão pressionadas cada vez mais a olhar o impacto das suas operações dentro e fora da sua unidade institucional, verificando, assim, os impactos de suas políticas e ações para com seus clientes, empregados, comunidades, ou seja, na sociedade como um todo.

No Brasil, há um significativo número de eventos relacionados ao tema e de associações e instituições que promovem a responsabilidade social nas empresas. Além disso, há elevado índice de empresas que estão investindo espontaneamente recursos no desenvolvimento de seus empregados. Porém, não há um consenso sobre o significado da responsabilidade empresarial, bem como suas implicações para a gestão das organizações. O conceito de responsabilidade social pode estar relacionado a diferentes ideias.

Para alguns a responsabilidade social tem sido interpretada como a contribuição voluntária das empresas junto à comunidade, não a considerando como parte integrante da gestão. Outra interpretação é a associação da responsabilidade social como responsabilidade legal diante os prejuízos e danos causados pelas operações das empresas. Para outros, pode significar um comportamento no sentido ético. Por fim, pode transmitir a ideia de um comportamento voluntário, mas associado a uma causa específica.

Para Dias (2011, pág. 06) a responsabilidade social pode ser definida como:

A responsabilidade social é um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte da sua estratégia e que tem como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas (stakeholders) na atividade da empresa (consumidores, empregados, acionistas, comunidade local, meio ambiente, etc.), adotando métodos racionais para atingir esses fins e que devem resultar em benefícios tanto para a organização como para a sociedade.

Segundo o Banco Mundial, a responsabilidade social é conceituada como:

A responsabilidade social empresarial é o compromisso da empresa em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável – trabalhando com

empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em seu conjunto – para melhorar a qualidade de vida, de tal modo que ambas sejam boas para o negócio e para o desenvolvimento.

Entretanto, o Business for Social Responsibility (BSR) afirma que:

A responsabilidade social empresarial se define como a administração de um negócio de forma que cumpra ou ultrapasse as expectativas éticas, legais, comerciais e públicas que tem a sociedade diante de uma empresa.

Portanto, pode-se dizer que a responsabilidade social é um conceito dinâmico e complexo, até mesmo porque as questões ambientais, éticas e sociais são voláteis e intrincadas. Não é fácil definir o que é um comportamento sócio responsável, além disso, envolve o momento histórico pelo qual esta inserida e os diferentes tipos de culturas existentes.

Para incorporar ações socioambientais ao processo de gestão, isso envolve vários aspectos da organização, além de exigir simultaneamente uma visão e compreensão do todo e das partes. Esses aspectos são: a identificação e análise das partes envolvidas direta e indiretamente com as atividades das empresas e também o poder e peso de cada parte na elaboração de políticas. A responsabilidade efetiva requer a capacidade da empresa em se antecipar identificando áreas críticas e tomando decisões preventivas ao invés de corretivas.

As empresas engajadas na responsabilidade social evidenciam que a responsabilidade socioambiental é mais do que iniciativas e práticas isoladas motivadas por relações públicas e marketing social. Elas devem ser expressões de um esforço sistemático para atingir metas e objetivos sociais, ambientais e éticos. Já os processos, políticas e práticas são vistos como parte das operações dos negócios das empresas, como também da tomada de decisão.

3 A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

Hoje em dia as empresas estão cada vez mais ligadas ao seu público alvo e com a captação de novos clientes. Em meio a isso, com as demandas do mercado nacional e internacional, com o aumento de normas e padrões técnicos e

principalmente com as grandes exigências de consumidores mais conscientes e que se importam com as atitudes socioambientais nas empresas, elas estão se preocupando com quais questões de responsabilidade social estão desenvolvendo, devido ao impacto que isso causa no ambiente e também para servir como imã a novos clientes e expansão para novos horizontes.

Existe essa importância das empresas adotarem a gestão socioambiental, pois, além de promover benefícios para sociedade, ela pode se beneficiar com essas questões. Dentre esses benefícios, podemos destacar:

- a) Oportunidade de negócio: uma empresa que se comunica por meio da responsabilidade social e da gestão ambiental tem um grande estímulo ao pensamento criativo, o que a torna mais diferenciada em relação as outras. Mas ser uma empresa que cuida da questão socioambiental requer maiores gastos devido ao custo de suas ações.
- b) Consegue manter e trazer novos investimentos e parceiros de qualidade: investidores que veem a questão socioambiental e a tratam rigorosamente estão dispostos a investir mais com resultado de melhorias nas práticas empresariais.
- c) Evita perdas irreparáveis: pois irresponsabilidades sociais transparece uma empresa com resultados negativos sobre como a empresa ganha. Portanto, o contrário faz com que tenham boa visão sobre elas.
- d) Torna a imagem da empresa mais forte: a fidelidade com que o cliente irá ter com essa organização será muito maior, além de ter uma visão mais crítica e aguçada das demais.
- e) Manter a boa reputação pode valer mais que a própria marca: uma boa reputação é capaz de manter uma empresa no topo ou para aquelas que não têm uma grande rentabilidade, faz com que seus clientes tornem-se fiéis com suas ações.
- f) Permite administrar melhor os riscos potenciais do negócio: fornecer produtos e serviços de modo ético e responsável exige uma mentalidade nova e diferente, que dá ênfase em realizar as coisas porque são corretas e justas e não unicamente porque estas maximizam o lucro. Deixar de lado a gestão socioambiental é praticamente diminuir sua boa imagem, ter sua participação de mercado afetada e perda de confiança em relação aos seus investidores.

- g) A utilização da gestão socioambiental pode servir como um meio estratégico: através do estabelecimento de estratégias ideias ao seu negócio, a empresa pode ganhar eficiência em suas operações, como, por exemplo, a melhor utilização dos recursos naturais, redução na emissão de gases, reutilização de materiais, entre outras.
- h) Valorização das vendas e clientes mais fiéis a empresa: para a empresa ser bem reconhecida e manter a qualidade é preciso, primeiramente, atender as necessidades dos clientes, tais como: qualidade, preço, sabor, segurança e conveniência. Mas com essa tendência em relação a questão socioambiental, outros valores e critérios entram em jogo como, por exemplo, a não utilização da mão de obra infantil, proteção do meio ambiente, entre outras.
- i) Melhora a relação com instituições do governo: nas esferas municipal, estadual e federal há incentivos financeiros e tributários para o desenvolvimento de novas tecnologias e inovações que não sejam agressivas no aspecto ambiental e que tenham um impacto social relevante. As empresas que estão comprometidas com essas práticas e que atendam as regulamentações estarão menos propensas a pressões dos órgãos públicos por transmitirem maior confiança e credibilidade.

Visto isso, é interessante que as empresas envolvam suas ações e estratégias visando uma gestão socioambiental eficiente garantindo benefício mútuo, ou seja, benefícios para a comunidade em geral e para as empresas.

4. CONCLUSÃO

No mundo organizacional existem diversos discursos sobre sustentabilidade, no sentido de sobrevivência da empresa e do negócio. Sob pressões sociais, o empresariado tem tentado abarcar o discurso ambientalista, principalmente no que concerne à possibilidade de manter mercados e conquistar vantagens competitivas. Hoje, para a sociedade, não basta dizer que é sustentável e que se preocupa com o desenvolvimento social é preciso desenvolver programas que garantam a efetividade de suas práticas.

A responsabilidade socioambiental, como vestígio de escândalos empresariais e danos ao meio ambiente envolvendo diversas organizações, passa a ter importância como instrumento de gestão de forma a assegurar a sobrevivência econômica das empresas. Anteriormente, existia o pressuposto de que a responsabilidade socioambiental se traduzia no que a empresa tinha a oferecer para a comunidade, através de doações e campanhas comunitárias. Atualmente este pensamento se expandiu e tornou-se mais abrangente incorporando outros fatores importantes como a preservação do meio ambiente, a valorização do colaborador e, também, a preocupação em criar medidas que proporcionem qualidade de vida dentro da instituição. Os clientes e consumidores, neste novo cenário empresarial, têm expectativas de interagir com organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional no mercado e que atuem de forma ecologicamente responsável. Como resposta empresarial emergiu o compromisso pela sustentabilidade junto aos diferentes públicos para a minimização dos riscos e maximização da organização.

Este artigo mostra que empresas podem desenvolver trabalhos de gestão ambiental, conservação e responsabilidade social, objetivando com isso comprovar àquelas que ainda não aderiram que existe viabilidade e retorno, ou seja, existem possibilidades de se estabelecer novos paradigmas que conciliem a expansão econômica com políticas organizacionais de gestão socioambiental proativa, além de apresentar quais são os benefícios garantidos disso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIAS, REINALDO. Gestão Ambiental – Responsabilidade Social e Sustentabilidade. Atlas, 2009.

BARBIERI, José Carlos. Gestão Ambiental Empresarial. Saraiva, 2012.

DONAIRE, Denis. Gestão Ambiental na Empresa. Atlas, 1999. 2ª edição.

JÚNIOR, Alcir Vilela. Modelos e Ferramentas de Gestão Ambiental. Senac, 2013.

DIAS, Reinaldo. Responsabilidade Social – Fundamentos e Gestão. Atlas, 2012.