

## **RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL EM ALAGOAS: uma análise das ações de empresas de grande porte.**

**Adriana Paula Quixabeira Rosa e Silva OLIVEIRA SANTOS (1); Givaldo Oliveira dos SANTOS (2); Allan Chrystian de LIMA SANTOS (3).**

(1) Centro Federal de Educação Tecnológica de Alagoas – CEFET-AL – Unidade de Ensino Descentralizada de Marechal Deodoro – UNED-MD, Rua Lourival Alfredo, nº. 176, Marechal Deodoro – AL, CEP – 57160-000, Telefone: (0xx) 82

3263-1100, e-mail: apquixabeira@terra.com.br

(2) CEFET-AL – UNED-MD, e-mail: givaldodt@oi.com.br

(3) CEFET-AL – UNED-MD, e-mail: allan\_chrystian10@yahoo.com.br

### **RESUMO**

O estudo aqui proposto tem origem no projeto intitulado “Responsabilidade Sócio-Ambiental em Alagoas: identificando ações de empresas de grande porte”. A pesquisa tem como eixo central a identificação das ações sócio-ambientais que as empresas de grande porte em Alagoas (EGP) estão desenvolvendo a partir da adoção do paradigma da gestão com responsabilidade sócio-ambiental. Com base nos dados obtidos na 1ª fase da pesquisa, percebeu-se que, as EGP estão incorporando, ações de caráter sócio-ambiental, considerando-se que 77,0% das empresas estão gerando impactos ambientais decorrentes dos processos produtivos. É possível que as empresas passem a atuar voltadas ao bem-estar social dos que vivem em seu entorno, uma vez que 69,3% afirmaram que possuem projetos de incentivo à cultura, lazer e educação; mesmo percentual de organizações que afirmaram ter melhoria na sua imagem em relação ao mercado consumidor. Consubstanciados nos resultados iniciais, promovemos os procedimentos metodológicos da 2ª fase da pesquisa, principalmente o aprofundamento teórico sobre o tema e a realização de uma nova mensuração e interpretação dos dados obtidos. Assim, o artigo pretende apresentar a análise do nível de comprometimento das EGP de Alagoas com o desenvolvimento sustentável, contemplado ou não nas ações sócio-ambientais identificadas e executadas pelas empresas pesquisadas.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Sócio-Ambiental; Estratégia de Gestão Empresarial; Desenvolvimento Sustentável.

## 1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento do Terceiro Setor e da difusão de uma conscientização voltada para o Desenvolvimento Sustentável, observa-se que as empresas, aparentemente, incorporaram uma postura que visa não somente a lucratividade, mas uma melhor qualidade de vida para seus funcionários e dependentes, bem como, para a comunidade em seu entorno. É a busca pela Responsabilidade Sócio-Ambiental e pela Ética Empresarial.

Há, também, uma mudança ocorrida na estrutura empresarial, que, ao que parece, deixou de realizar ações puramente filantrópicas para adotar ações mais complexas que se tornaram estratégias empresariais empregadas mundialmente como um diferencial competitivo para as empresas globais. A Economia vem passando por transformações, as empresas, na atualidade, buscam suprir as carências do Estado, atuando como parceiros da sociedade, fornecendo meios para que as populações menos favorecidas adquiram uma melhor qualidade de vida.

As Empresas aumentam seus mercados consumidores a partir do momento que adquirem novos clientes, ao realizarem o marketing social e as comunidades passam a ter suas necessidades básicas atendidas, mesmo que parcialmente, por iniciativas de Projetos Sociais ou de Empreendedorismo Social financiados pelas Empresas. É um sistema de troca, que não nega o sistema no qual a sociedade global está inserida: o capitalismo. Portanto, idéias, conceitos e intenções empresariais questionáveis, mas que são a base provocadora do presente trabalho.

A responsabilidade sócio-ambiental das empresas e dos cidadãos é, hodiernamente, um fator potencializador e gerador de melhorias para o meio ambiente e para a sociedade como um todo, pois, viabiliza que as pessoas físicas e jurídicas mantenham uma relação mais harmônica entre o binômio desenvolvimento e sustentabilidade. Assim, as empresas podem manter seus lucros produzindo com processos menos agressivos ao meio ambiente, criando, conseqüentemente, um elo e uma imagem diferente para a sociedade, ou seja, de uma empresa cidadã, que procura a inserção na comunidade e a proteção do meio ambiente, gerando, inclusive, oportunidades de trabalho, emprego e renda, quando, por exemplo, os funcionários da empresa são exclusivamente da comunidade onde ela se encontra.

Em relação ao meio ambiente encontramos uma situação diferente, pois para uma empresa ser considerada ambientalmente responsável não basta preservar, mas também não degradar. Essa hipótese provocou a produção desse artigo, decorrente do Projeto de Pesquisa “Responsabilidade Sócio Ambiental em Alagoas: identificando ações de empresas de grande porte”, que pretende identificar as ações Sócio-Ambientais desenvolvidas por empresas de grande porte em Alagoas, como estratégias de gestão empresarial.

## 2. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: O PRINCÍPIO DA RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

Desenvolvimento Sustentável é o “desenvolvimento que atende às necessidades no presente, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender às próprias necessidades” (SEBRAE, 2004, p. 24). É produzir de maneira menos agressiva, estabelecendo o homem, uma relação harmônica com a natureza, visto que o meio ambiente atua de certa maneira como um fornecedor das matérias-primas tão necessárias à fabricação das mercadorias do mundo moderno.

Pode-se também, definir Desenvolvimento Sustentável como uma “relação harmônica do homem com a natureza” (DIAS, 2006, p.31). Para o Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, formado por líderes empresariais de várias partes do mundo, esse novo processo traz uma perspectiva de oportunidades lucrativas, na medida em que diversifica o mercado consumidor. Contudo, observa-se que se faz necessária, também, uma nova ética na maneira de fazer negócios. Essa nova forma de desenvolvimento é identificada por Dias (2006), e, apresenta-se de três maneiras:

Econômica: prevê que as empresas têm que ser economicamente viável; Social: prevê que as empresas devem satisfazer aos requisitos de proporcionar as melhores condições de trabalho

aos seus funcionários; Ambiental: prevê que as empresas devem pautar-se pela eco-eficiência dos seus processos produtivos e adotar Tecnologias Limpas (DIAS, 2006, ps.39 e 40).

De acordo com Moura (2008) a legislação brasileira é uma das mais bem elaboradas e eficazes do mundo, refletindo desse modo, a razão pela qual grande número de empresas põem em prática ações de caráter ambientalmente corretas. Adquirindo grande expressividade os regulamentos citados abaixo:

- a) Constituição Federal de 1988 (Título VIII Art. 225 “Do Meio Ambiente”);
- b) Constituições Estaduais;
- c) Lei Federal nº. 6938 de 31/08/81, que estabeleceu a Política Nacional do Meio Ambiente e o SISNAMA;
- d) Decreto Federal nº. 88351 / 83, que regulamentou a Lei nº. 6938 e fixou os procedimentos gerais para a realização das análises de Impacto Ambiental e regras para o Licenciamento de Atividades;
- e) Lei Federal nº. 7347 de 24/07/85 (Lei da Ação Civil Pública), que disciplina a ação civil pública por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e aos direitos de valor artístico, estéticos, históricos, turísticos e paisagísticos;
- f) Resolução nº. 001 de 20/01/86 do CONAMA, que estabelece a abrangência e as diretrizes para os órgãos estaduais de Meio Ambiente, IBAMA, etc., no tocante à elaboração de Estudo de Impacto Ambiental e ao Licenciamento;
- g) Resolução nº. 006 de 15/06/88 do CONAMA, que exige que as empresas elaborem inventários de seus resíduos, e estabelece regras especiais para obras de grande porte relacionadas à geração de energia elétrica (MOURA, 2008, p. 336).

Dos documentos legais citados, destaca-se o artigo 225 da Constituição Federal que assim dispõe, *in verbis*:

Art. 225 – Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (MEDAUAR, 2007, p. 138).

O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado pressupõe ações de prevenção e de precaução por todos os que habitam o planeta, havendo também uma preocupação constitucional com os que ainda estão por vir quando absorve o princípio do desenvolvimento sustentável: “[...] preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

### **3. RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL: INTERAÇÃO (COMUNIDADE/MEIO AMBIENTE) E COMPETITIVIDADE (EMPRESA/ECONOMIA)**

Embora o Desenvolvimento Sustentável contemple as dimensões econômica, social e ambiental, inicialmente, apenas as duas primeiras foram desenvolvidas, visto que o fator ambiental necessitava de mudanças no que se refere aos processos produtivos, sendo necessária a implantação de tecnologias mais limpas por parte das empresas, dificultando assim, seu desenvolvimento e fazendo com que essa implantação fosse realizada de maneira até certo ponto tardia. Contudo, ressaltam De Andrade; Tachizawa; De Carvalho (2002), que atualmente já se constitui uma nova conscientização ambiental, tornando o meio ambiente como um dos princípios mais fundamentais do homem moderno e fazendo com que seja necessário o uso de técnicas mais modernas, na busca da mitigação das ações impactantes sobre o meio. Em resultado, observa-se no final do processo produtivo, uma maior qualidade dos produtos e uma menor geração de resíduos, tornando esses produtos ecologicamente viáveis.

Melo Neto e Froes (1999), já diziam que quando a empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais ela perde seu capital de responsabilidade social e conseqüentemente, perde a credibilidade. Porém, se a responsabilidade social for assumida de forma inteligente, pode contribuir como fator competitivo.

Tendo em vista o crescimento dessa nova ordem social no mundo, surge, também, o marketing social, criando novos atributos e um maior poder competitivo dos produtos e marcas, uma vez que divulga ao consumidor o que a empresa possui, como projetos sociais e, como atua de forma efetiva na busca de uma melhor qualidade de vida para sociedade. Porém, Melo Neto e Froes (2001) alertam que existe uma corrente de pensadores, que defende que as iniciativas e projetos de uma Empresa-Cidadã devem ser pautados pela ética, ou seja, não devem ser usados como estratégias de marketing, mas como uma maneira de buscar o bem-estar social. Dessa maneira, as ações praticadas devem tentar sanar os problemas locais, e não a divulgação do nome da empresa sendo responsável pelas benfeitorias.

Em função das exigências impostas pela sociedade às empresas na busca de um compromisso responsável e adequado quanto ao meio ambiente, essas passam a desenvolver não somente uma responsabilidade social, mas sim, um novo modelo mais amplo de comprometimento: a responsabilidade sócio-ambiental. Interagindo de maneira harmônica com o meio ambiente e dando condições desse se regenerar das agressões ocasionadas pelas explorações resultantes dos processos produtivos, a nova responsabilidade começa a dar assistência a esse problema, que se tornou a maior preocupação do século XXI. Vale ressaltar que: “Responsabilidade Sócio-Ambiental vai muito além da obrigação de cumprir a legislação em matéria ambiental ou social. A empresa deve garantir, além do lucro e da satisfação de seus clientes, o bem estar da sociedade” (DIAS, 2006, ps. 153 e 154).

De Paula e Monte-Mór (2006), afirmam que a questão ambiental vai muito além dos movimentos ecológicos e de ações locais praticadas pelos ambientalistas. Atualmente a questão ambiental, ganhou novas dimensões, uma vez, que atua sobre as ações presentes, de modo a mitigar os impactos gerados, já pensando nas futuras gerações. Ou seja, deve-se consumir ‘hoje’ de maneira sustentável para que no ‘amanhã’ os bens ofertados pela natureza, ainda estejam disponíveis.

A Responsabilidade Social consiste na decisão da empresas em participar mais diretamente das ações comunitárias na região que está presente e minorar possíveis danos ambientais. Seus principais vetores são, de acordo com Melo Neto e Froes (1999):

- Desenvolvimento da Comunidade;
- Preservação do Meio Ambiente;
- Investimentos no Bem-Estar dos Funcionários e Dependentes;
- Comunicações Transparentes;
- Sinergia com acionistas e Parceiros;
- Satisfação dos Clientes.

Assim, podemos dizer que a responsabilidade ambiental “[...] é o ponto de partida essencial que exige a prática de firmas condutas éticas mediante o exercício contínuo e perene de consciência ambiental em âmbito coletivo internacional, sem o que a preservação da vida será mero argumento panfletário” (NASCIMENTO, 2007, p. 65).

Porém, uma observação deve ser feita: toda essa nova estrutura empresarial, não pode ser apenas vista como uma simples e desinteressada “boa ação” por parte das empresas. Isso, em virtude de todos os ganhos adquiridos em conseqüência da implantação de tais ações, pois, utilizando-se desse diferencial, as empresas estão melhorando sua imagem perante a sociedade, deixando assim, de ser apenas um estranho que produz materiais para o consumo, para ser um agente integrado e preocupado com as deficiências vividas por esse grupo de pessoas.

#### **4. O DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA – RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL EM ALAGOAS: identificando ações de empresas de grande porte.**

##### **4.1. Objetivos do Projeto**

O projeto de pesquisa parte da problemática: empresa, meio ambiente e sociedade. Essa conturbada relação nos instigou a desenvolver no ano de 2007 a pesquisa intitulada: “Responsabilidade Sócio-Ambiental em Alagoas: identificando ações de empresas de grande porte”. Ao término do período de seu desenvolvimento percebemos que a pesquisa, devido ao seu grau de importância e quantidade de dados adquiridos, deveria ser continuada, para que houvesse um aprofundamento teórico sobre o tema e uma nova mensuração e interpretação dos dados obtidos. Assim, em 2008 retomamos a pesquisa visando, identificar as ações/projetos que essas empresas estão desenvolvendo, de acordo com os dados obtidos no primeiro ano da pesquisa, bem como, buscar novos elementos. O projeto está vinculado ao Grupo de Pesquisa Multidisciplinar de Ensino e Aprendizagem (CNPq) da Unidade de Ensino Descentralizada de Marechal Deodoro do CEFET/AL, e pretende identificar as ações sócio-ambientais que as empresas de grande porte de Alagoas estão desenvolvendo como estratégia de gestão empresarial.

Nesse contexto, o projeto tem por objetivos específicos:

- Conceituar responsabilidade sócio-ambiental (social e ambiental);
- Identificar ações de responsabilidade sócio-ambiental;
- Identificar empresas de grande porte no Estado de Alagoas, por setores econômicos;
- Desvelar ações de responsabilidade sócio-ambiental de empresas de grande porte de Alagoas.

##### **4.2. Metodologia Aplicada**

Para a obtenção das respostas aos questionamentos propostos pelo projeto, elegeram-se os seguintes procedimentos metodológicos:

- Pesquisas, bibliográfica em livros, periódicos técnico-científicos e *sites* especializados e, pesquisa documental sobre as temáticas abordadas, tais como responsabilidade sócio-ambiental, empresas de grande porte, setores econômicos e gestão e estratégias empresariais adotadas pelas Empresas de Alagoas;
- Visitas a empresas de grande porte de Alagoas para observação “in loco” dos projetos sócio-ambientais desenvolvidos;
- Aplicação de questionários em empresas, consideradas de grande porte no Estado;
- Compilação e análise dos dados adquiridos para se alcançar os objetivos propostos;
- Publicação dos resultados.

##### **4.3. Resultados obtidos**

O projeto de pesquisa, objeto do presente artigo, possui como área de atuação o Estado de Alagoas, sendo região específica a Metropolitana de Maceió, por concentrar a maior parte dos escritórios das empresas de grande porte do Estado.

Um dos desafios no desenvolvimento da pesquisa foi a identificação de um instituto que caracterizasse essas empresas e a obtenção de dados que viabilizassem caracterizar “empresas de grande porte”. Como esses dados são insipientes no Estado, utilizamos no projeto os dados fornecidos pela Federação das Indústrias do Estado de Alagoas, que usa como critério para definição das empresas de grande porte de Alagoas, o número de funcionários empregados, diferenciando-se do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

(BNDES), que usa como critério o valor da Receita Bruta Anual das empresas, critério pretendido pelos pesquisadores.

Com o intuito de tomar conhecimento das ações e os aspectos relacionados à Responsabilidade Sócio-Ambiental das Empresas de Grande Porte de Alagoas como Estratégias de Gestão Empresarial, elaborou-se um *Questionário Sócio-Ambiental*. Para a confecção desse subsídio metodológico, selecionou-se *a priori* qual seria o universo a ser estudado, definindo para isso alguns critérios, como o número de funcionários ou o valor da receita. Em seguida, procurou-se identificar as ações implantadas e as dificuldades encontradas na condução dos projetos sociais.

O questionário viabilizou identificar as ações que as empresas já possuem; os investimentos pretendidos; o percentual dos investimentos em relação ao total empregado nos últimos cinco anos; a indicação de financiamentos; e, as razões que levaram a empresa a implantar a responsabilidade social como estratégia empresarial.

O questionário permitiu, também, verificar retornos ou resultados ocorridos/observados com a realização de ações sociais, visando atingir o objetivo geral da pesquisa, ou seja, permitindo a análise da realidade vivida pelas grandes empresas de Alagoas que estão se comportando nesse novo cenário de gestão empresarial. Dessa forma, partindo-se dos resultados obtidos das empresas, identificamos que:

Das 56 Empresas de Grande Porte – EGP selecionas, ou seja, aquelas em que houve contato, obtivemos retorno do questionário em 13 destas, correspondendo assim a 23,0%.

Aparentemente, isso nos revela que os empresários ainda não estão totalmente conscientes do papel social e ambiental de suas empresas e das importantes mudanças que estão ocorrendo na sociedade. Em muitos casos percebe-se que há até a conscientização, mas na prática não existem estratégias significativas e eficientes aplicadas na realização de ações sócio-ambientais. Assim, o discurso é o de que ainda vão ser introduzidas medidas sócio-ambientais.

Os principais aspectos sócio-ambientais relacionados às atividades das EGP são os efluentes de processos produtivos (todo e qualquer líquido restante no final da fabricação) e a geração de resíduos sólidos (restante das matérias-primas utilizadas, bem como novos produtos que não serão aproveitados) com um percentual de 77% das respostas obtidas. Aspectos esses que podemos descrever como sendo os que estão envolvidos no processo industrial (materiais/resíduos encontrados no final das etapas produtivas) e as atividades efetuadas para um melhor relacionamento com a comunidade.

Sendo assim, as empresas não podem atuar às margens da sociedade, apenas desenvolvendo suas atividades sem manter uma relação harmônica com o meio ambiente e a comunidade local, pois as empresas estão totalmente integradas e dependentes dos mesmos. Isso só comprova o pensamento de Barbieri (2004), uma vez que ele nos afirma que os problemas ambientais são conseqüentes do mau descarte dos materiais não aproveitados, provenientes do uso dos recursos naturais para a produção dos bens necessários a humanidade.

Contudo, 69,3% dessas empresas possuem projetos de incentivo à cultura, lazer e educação.

Nos últimos anos vem crescendo a relação existente entre empresa e sociedade, evidenciando a busca pelo bem-estar social de toda a comunidade que está inserida a empresa; exemplificando dessa maneira concretas estratégias empresariais. Essa constatação, deve-se ao fato de 77,0% das empresas já contarem com estação de tratamento de efluentes (ETE) e equipamentos para controle de ruídos e vibrações. E para 69,3% o processo de reciclagem ou reaproveitamento das matérias-primas ou materiais provenientes dos processos fabris, foram as ações realizadas pelas EGP que deram resultados positivos, tanto para as empresas como para o meio sócio-ambiental.

Visto que, hoje em dia faz-se necessário uma profunda mudança nos modos de se produzir para que se tenham melhores resultados tanto na área sócio-ambiental como na econômica, ou seja, há a necessidade da implantação de uma gestão ambiental, ou sistema de gestão ambiental. Para De Andrade; Tachizawa; De Carvalho (2004, p. 113), gestão ambiental é “um processo contínuo e adaptativo, por meio do qual uma organização define (e redefine) seus objetivos e metas relativos à proteção do meio ambiente e à saúde e segurança de seus empregados, clientes e comunidade”.

Atualmente com essas novas estratégias, advindas de um mercado consumidor cada vez mais exigente, que visam à empresa está sempre buscando novas técnicas e mecanismos a fim de proporcionar vantagens econômicas, bem-estar social e meios menos agressivos ao meio ambiente, as EPG passaram a atuar certas de que não há um efetivo desenvolvimento sustentável sem investimento. Essa constatação é desvelada por Fritzen (2002), da seguinte maneira:

Ultimamente as organizações têm-se voltado para problemas que ultrapassam as considerações simplesmente econômicas para se envolverem em preocupações de caráter político-social, tais como proteção ao consumidor, controle de poluição, segurança e qualidade dos produtos, entre outras. Essa mudança de contexto implica diretamente uma mobilização maior da sociedade, que passa a desenvolver importante papel na mudança das 'regras do jogo'(FRITZEN in: INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2002, p. 343).

Neste contexto, na pesquisa, identificamos que 61,6% das EGP pretendem renovar a licença ambiental e fazer treinamento dos funcionários; 54,0% irão implantar a produção mais limpa com o apoio de organismos institucionais; 38,5% das EPG pesquisadas almejam introduzir procedimentos e/ou SGA, comprar equipamentos para o controle ambiental, obter certificações sócio-ambientais e fazer investimentos como: trabalho com projetos em parceria com comunidades externas, o uso da imagem no marketing institucional e a apresentação do balanço social.

Em se tratando das principais dificuldades encontradas pelas empresas pesquisadas para a melhoria sócio-ambiental, 46,2% afirmaram que está na demora da análise dos pedidos de licenciamento o maior entrave para que as ações sócio-ambientais sejam implantadas; 23,0% afirmaram que a falta de orientação/informação sobre as exigências legais dos órgãos públicos competentes também são fortes entraves.

Questionando as EGP em relação às ações sócio-ambientais que as mesmas já possuem, um resultado positivo observado é o alto índice de empresas que possuem licença ambiental (84,7%); podendo assim exemplificar o pensamento de De Andrade; Tachizawa; De Carvalho (2004, p. 13), que nos revelam que: "...a proteção ao meio ambiente deixa de ser uma exigência punida com multas e sanções e se inscreve em um quadro de ameaças e oportunidades, em que as conseqüências passam a poder significar posições na concorrência e na própria permanência ou saída do mercado". Isso nos faz refletir sobre as empresas e suas preocupações em seguir a legislação, seja por conscientização ou por estratégia competitiva. Verificamos também que 69,3% estão preocupadas com o rendimento de seus funcionários, uma vez que realizam treinamento dos funcionários para uma melhor capacitação dos mesmos.

Contudo, o sistema de gestão ambiental (SGA) não está muito incorporado à realidade das empresas, pois mesmo se fazendo presente em 54,0%, ou seja, mais da metade das empresas, poderia está inserido em quantidade muito maior, em virtude da sua grande importância para as técnicas e processos empresariais.

Uma vez as EGP questionadas sobre quem são os principais responsáveis pelas soluções técnicas encontradas para as ações na área sócio-ambiental, observamos que 38,5% são técnicos de outras unidades da empresa no Brasil e consultores nacionais e para 30,8% as soluções encontradas são realizadas por especialistas de Universidades. Isso nos mostra que ainda há uma fragilidade ou mesmo a inexistência de um sistema de gestão ambiental – ferramenta de grande importância para o bom funcionamento das estratégias adotadas por parte das empresas – mostrando dessa maneira uma ineficiência, em muitos casos, das necessárias soluções para os problemas e agressões causados ao meio ambiente pelas EGP.

Em relação a uma das questões centrais da pesquisa: às razões que têm levado as empresas a se preocuparem com as questões sócio-ambientais, identificamos que:

- a) Para 84,7% das EGP o atendimento à legislação ambiental é primordial, sendo seguida de 61,6% que é o percentual de empresas que revelaram está na redução dos custos de produção e desperdícios e, no melhoramento da imagem da empresa junto à sociedade tais razões;
- b) Para 46,2% das EGP o atendimento às demandas dos órgãos ambientais, após visitas e/ou fiscalizações, constitui uma importante razão de se praticar ações sócio-ambientais, logo após com 38,5% estão às empresas que consideram o atendimento às exigências de órgãos financiadores fundamental;

- c) Para 30,8% das EGP a busca de certificações, pressões das comunidades vizinhas e, a tentativa de conquistar novos mercados no exterior são de extrema relevância;
- d) Para 23,0% das EGP a principal razão tem sido o aumento da receita com aproveitamento de resíduos em novos produtos ou reciclagem e, a tentativa de obtenção da certificação ambiental ISO 14001, mas para 46,2% das EGP - já mencionados anteriormente - esta certificação já é realidade.

Os principais retornos – meios pelos quais as EGP obtiveram melhorias em seus diversos setores – apontados pelas empresas após a implantação de ações sócio-ambientais revelados pelas informações obtidas na pesquisa foram: a melhoria da imagem da empresa com 69,3%; melhor relacionamento com funcionários e comunidade local, ficando esse com 61,6%; a redução dos custos de produção e desperdícios foi apontada por 54,0% das EGP; e por fim, o aumento da produtividade ficou com um percentual de 38,5%.

Podemos destacar dos retornos encontrados o marketing, ou seja, a melhoria da imagem da empresa como o mais importante fator na implantação das ações sócio-ambientais, visto que foi a alternativa onde obtivemos maior percentual e que de acordo com Melo Neto e Froes (2001), as empresas que o praticam criam um diferencial competitivo, que as tornam mais apreciadas pelos clientes. Contudo, toda essa estratégia deve ser regada sempre com ética, com intuito de não se tornar apenas estratégias de puro marketing comercial e econômico, mas sim, dêem as empresas *status* de Empresa-Cidadã.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da Revolução Industrial, a sociedade tem passado por constantes mudanças, em decorrência do aumento das desigualdades sociais e das agressões ao meio ambiente só visando à lucratividade. Esse modo de produção capitalista tão voraz afetou a todos de maneira tão significativa, que hoje se percebe uma pequena, mas crescente mudança de comportamento surgindo na sociedade.

A partir das observações feitas em relação às respostas colhidas nos questionários aplicados na pesquisa “Responsabilidade Social em Alagoas: identificando ações de empresas de grande porte”, e, após as visitas às empresas, pode-se concluir que ainda há um caminho longo a ser percorrido para se chegar a um bom nível de atuação dessas empresas no tocante a responsabilidade sócio-ambiental.

Atualmente, o que se pode ver são as empresas buscando diferenciais competitivos que as coloquem a frente das demais. Pelo que já foi pesquisado e observado até o momento, possivelmente, o mais novo e eficaz diferencial encontrado é o voltado para a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento social das comunidades do entorno das empresas.

Observamos também, sinalizações de possíveis mudanças nas empresas alagoanas, com demonstrações de preocupações, por exemplo, com a disposição final dos efluentes líquidos e resíduos sólidos; o reaproveitamento das matérias primas; redução dos custos de produção; a utilização de tecnologias limpas e equipamentos de controle de poluição; trabalho em conjunto com ONG's; criação de projetos sócio-ambientais, capacitação da mão-de-obra; dentre outros. Porém, destacando-se como mais importante o cumprimento da legislação ambiental.

Sendo assim, nesse contexto de transformações de velhos pensamentos e atitudes, o presente artigo foi desenvolvido, procurando analisar a realidade vivida pelas empresas de grande porte de Alagoas, no que tange à realização de ações de caráter sócio-ambiental, demonstrando que é preciso uma conscientização e uma nova postura das empresas em relação à sociedade e ao meio ambiente.

## 6. REFERÊNCIAS



BARBIERI, JOSÉ CARLOS. **Gestão Ambiental Empresarial: modelos, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

CAMARGO, ANA LUIZA DE BRASIL. **Desenvolvimento sustentável: dimensões e desafios**. Campinas: Papirus, 2003.

DE ANDRADE, RUI OTÁVIO BERNARDES; TACHIZAWA, TAKESHY; DE CARVALHO, ANA BARROS. **Gestão Ambiental. Enfoque Estratégico Aplicado ao Desenvolvimento Sustentável**. 2ª. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

DE ANDRADE, RUI OTÁVIO BERNARDES; TACHIZAWA, TAKESHY; DE CARVALHO, ANA BARROS. **Gestão Ambiental. Enfoque Estratégico Aplicado ao Desenvolvimento Sustentável**. 2ª. ed. Ampliada e Revisada. São Paulo: Pearson Makron Books, 2004.

DE PAULA, JOÃO ANTÔNIO E MONTE-MÓR, ROBERTO LUÍS DE MELO. Biodiversidade, População e Economia: Uma Experiência Interdisciplinar. In: TORRES, HAROLDO E COSTA, HELOÍSA. org. **População e Meio Ambiente: Debates e Desafios**. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. art. 3, p. 75-103.

DIAS, REINALDO. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

FRITZEN, FABIANO. Responsabilidade Ambiental. Um Estudo da Refinaria Ipiranga S.A. In: INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade Social das Empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002. art. 11, p. 337-372.

GRAJEW, ODED. **Filantropia e Responsabilidade Social**. Disponível em: [http://www.filantropia.org/artigos/oded\\_grajew.htm](http://www.filantropia.org/artigos/oded_grajew.htm). Acesso em: 16 maio 2007.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. Disponível em: [http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/download/](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/download/). Acesso em: 11 junho 2008.

MAIMON, DÁLIA. Responsabilidade Ambiental das Empresas Brasileiras: Realidade ou Discurso? In: CAVALCANTE, CLÓVIS., org. **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. 4ª ed. São Paulo: Cortez; Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco, 2003. art. 20, p. 399-416.

MELO NETO, FRANCISCO DE PAULO; FROES, CÉSAR. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial. A Administração do Terceiro Setor**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo Social. A Transição para uma Sociedade Sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

\_\_\_\_\_. **Gestão de Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro. Da Filantropia Tradicional à Filantropia de Alto Rendimento e ao Empreendedorismo Social.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOURA, LUIZ ANTÔNIO ABDALLA DE. **Qualidade e Gestão Ambiental: Sustentabilidade e Implantação da ISO 14001.** 5ª ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2008.

NASCIMENTO, REGILENE SANTOS DO. **Responsabilidade Ambiental e Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Carthago, 2007.

ORCHIS, MARCELO ANDRADE; YUNG, MAURÍCIO T.; MORALES, SANTIAGO C. Impactos da Responsabilidade Social nos Objetivos e Estratégias Empresariais. In: INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade Social das Empresas: A contribuição das universidades.** São Paulo: Peirópolis, 2002. art. 02, p. 37-70.

SANTILLI, JULIANA. **Socioambientalismo e Novos Direitos: Proteção jurídica a diversidade biológica e cultural.** São Paulo: Peirópolis, 2005.

SEBRAE. **Sistemas Integrados de Gestão: Meio Ambiente, Qualidade, Saúde Ocupacional e Responsabilidade Social: Conceitos, Definições e Termos Usuais.** 2ª ed. Brasília: Sebrae, 2004.

SEIFFERT, MARI ELIZABETE BERNARDINI. **ISO 14001 Sistema de Gestão Ambiental: Implantação Objetiva e Econômica.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.