

Responsabilidade social empresarial: possíveis benefícios econômicos e não econômicos para agroindústrias

Corporate social responsibility: possible economic and non-economic benefits for agroindustries

Rosicler Aparecida Pinto ¹ , José Elenilson Cruz ² 

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. Apesar de haver discordâncias conceituais, no Brasil, a RSE vem sendo difundida por um conjunto de Instituições especializadas no tema, como o Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social, que mobiliza, sensibiliza e ajuda empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável. Dessa forma, o objetivo desse artigo é elencar os benefícios econômicos e não econômicos para as agroindústrias pela Responsabilidade Social Empresarial. Trata-se de uma pesquisa com revisão bibliográfica de textos que descrevem as bases teóricas da RSE e a contribuição do Instituto Ethos para o avanço da RSE no Brasil com abordagem qualitativa. Os estudos mostram que as agroindústrias têm apresentado preocupações quanto ao alinhamento entre as dimensões econômica, social e ambiental no contexto dos negócios, visando impulsionar a competitividade, retornando em benefícios econômicos e não econômicos. Portanto, a RSE mostra que as quatro dimensões revisadas, contribuem para um conjunto de benefícios econômicos e não econômicos, visando um melhor entendimento no tange a essa responsabilidade. As novas indicações científicas sugerem outras abordagens como o desenvolvido no presente estudo.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Instituto Ethos; Função Social e Ambiental.

Corporate Social Responsibility (CSR) refers to the set of economic, legal and ethical expectations that society has of companies at a given moment, which indicates that the responsibilities of companies go beyond those signed with their shareholders to capture society's demands of general form. Despite there being conceptual disagreements, in Brazil, CSR has been disseminated by a set of institutions specialized in the subject, such as the Ethos Institute for Business and Social Responsibility, which mobilizes, raises awareness and helps companies in Brazil to manage their businesses in a socially responsible manner. Thus, the purpose of this article is to list the economic and non-economic benefits for agribusinesses by Corporate Social Responsibility. This is a research with a bibliographic review of texts that describe the theoretical bases of CSR and the contribution of the Ethos Institute to the advancement of CSR in Brazil with a qualitative approach. Studies show that agroindustries have been concerned about the alignment between economic, social and environmental dimensions in the business context, aiming to boost competitiveness, returning economic and non-economic benefits. Therefore, CSR shows that the four revised dimensions contribute to a set of economic and non-economic benefits, aiming at a better understanding regarding this responsibility. The new scientific indications suggest other approaches like the one developed in the present study.

Palavras-chave: Sustainability; Ethos Institute; Social and Environmental Function.

Autor correspondente:

Rosicler Aparecida Pinto

E-mail:

rosicler_ap@hotmail.com

Declaração de interesses:

Os autores certificam que não possuem implicação comercial ou associativa que represente conflito de interesses em relação ao manuscrito.

Authors' Contributions:

^{1, 2} Conceptualization

^{1, 2} Data collect

^{1, 2} Analysis

^{1, 2} Writing and Editing

¹ Universidade Federal de Goiás (UFG).

² Instituto Federal de Brasília (IFB).

INTRODUÇÃO

Há décadas a literatura de gestão discute se a função social da empresa é restrita à oferta de produtos e serviços de qualidade e ao cumprimento do ordenamento jurídico atinente à atividade empresarial ou ampla, que inclui não só produtos e serviços de qualidade e obediência às leis, mas também o desenvolvimento de práticas sociais e ambientais, obrigatórias ou não, em prol da sociedade geral (Becht; Bolton; Röell, 2002; Cruz; Souza, 2018). Permeando esse debate surgem os estudos em torno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), tema que abarca correntes teóricas distintas e em alguns casos conflitantes (Cruz; Porto, 2016).

O primeiro autor que pacificou a literatura sobre RSE foi Archie B. Carroll, nos anos 1970, com sua ampla revisão das teorias sobre o tema (Carroll, 1979). Nas décadas seguintes o próprio Carroll revisou algumas vezes sua visão sobre RSE, chegando a um conceito final no início dos anos 2000. Nesse conceito, a RSE refere-se ao conjunto das expectativas econômicas, legais e éticas que a sociedade tem das empresas em determinado momento (Schwartz; Carroll, 2003). Trata-se de um marco conceitual importante para os defensores da visão ampliada das responsabilidades da empresa.

No Brasil, a RSE vem sendo difundida por um conjunto de instituições especializadas, como o Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social, que percebe a RSE como uma forma de gestão pautada na relação ética e transparente da empresa para com todos seus públicos interessados, no estabelecimento de metas empresariais sistemáticas para impulsionar o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando os recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, e no respeito das empresas à diversidade e ações que promovam a redução das desigualdades (Cruz; Souza, 2017). O Instituto Ethos disponibiliza às empresas os Indicadores Ethos para Negócios Responsáveis e Sustentáveis, Ciclo 2018/2019, cujo foco é avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social têm sido incorporadas nos negócios, auxiliando as empresas na definição de estratégias, políticas e processos (Instituto Ethos, 2019).

De forma geral, é possível afirmar que as empresas estão atentas à importância do alinhamento entre as dimensões econômica, social e ambiental no contexto dos negócios, já que o equilíbrio entre essas dimensões impulsiona a competitividade e retorna em benefícios econômicos e não econômicos (Freire; Souza; Roseto, 2008). É cada vez maior a consciência das empresas de que conduta ética e transparente nos negócios, ambiente de trabalho confortável, práticas sustentáveis (clima, água, solo e biodiversidade) e relacionamento próximo com colaboradores, fornecedores e comunidade agrega valor ao produto (Macêdo; Gadelha; Cândido, 2014).

Nas agroindústrias do agronegócio, já existe uma consolidação dos conceitos de responsabilidade social, especialmente no setor sucroenergético, dado que ações concretas foram incorporadas pela maior parte das empresas nos últimos anos (Mannarelli Filho *et al.*, 2021). Esse movimento despertou o interesse de pesquisadores, e estudos buscaram descrever a evolução do tema (Branco; Pereira; Palmisano, 2019), o seu estágio nas empresas (Cruz; Souza, 2012), as políticas e processos voltados à gestão ambiental (Cruz, 2016), de pessoas (Cruz; Souza, 2017) e de governança corporativa (Cruz; Souza, 2018), as estratégias de educação ambiental e de sustentabilidade (Branco; Pereira; Rodrigues, 2020).

Não obstante à importância teórica e prática desses estudos, faltam pesquisas enfocadas mais precisamente nos benefícios econômicos e não econômicos defendidos por defensores (Porter; Kramer, 2006; Orlitzky; Siegel; Waldman, 2011) que sugerem uma abordagem estratégica da RSE, por ações voluntárias que melhoram a reputação e a competitividade das empresas, sob

os aspectos do desempenho econômico-financeiro e a responsabilidade social. Sob as premissas dessa abordagem teórica, investimentos em programas socioambientais retornam em 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, 2005).

Tendo por base esse entendimento, este estudo tem por objetivo elencar os possíveis benefícios econômicos e não econômicos que agroindústrias podem auferir a partir de seus programas de RSE, tomando como instrumento de avaliação os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019, de forma a contribuir com futuras pesquisas no tema. Para tanto, o trabalho apoiou-se em revisão bibliográfica narrativa de textos que descrevem as bases teóricas da RSE e a contribuição do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social para o avanço da RSE no Brasil, assim como na revisão do conteúdo dos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019.

METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se por um procedimento bibliográfico, a partir de artigos científicos teóricos e empíricos sobre RSE, escolhidos na etapa de revisão da literatura. Uma das vantagens da pesquisa bibliográfica é a possibilidade de o investigador vislumbrar uma ampla gama de fenômenos dispersos no espaço que, de forma direta, seria impossível alcançar (Gil, 2014).

Quanto à abordagem, esta pesquisa é qualitativa, pois utiliza a análise de conteúdo para tratamento de dados. A pesquisa qualitativa é versátil, visto que permite a realização de estudos sérios sobre tópicos variados, por mais cotidianos que sejam com confiabilidade e credibilidade. Pesquisas qualitativas trabalham com o universo de significados, motivos, crenças, relações interpessoais, dentre outros, não se reduzindo à simples operacionalização de variáveis (Deslandes et al. 1994).

A etapa de análise documental é uma técnica importante da pesquisa qualitativa que se complementa com informações obtidas por outras técnicas (Ludke; André, 1986), podendo ser em materiais nunca analisados, relatórios, vídeos, fotos, sites entre outros. A técnica utilizada para a análise dos dados foi a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), buscando analisar as várias fontes de conteúdo. O manejo dessa técnica deve sempre observar o devido rigor e cumprir as etapas sistemáticas necessárias, além de estar embasado na ética (Bardin, 2011). Foram empregadas as três fases da Análise de Conteúdo: 1) pré-análise; 2) exploração do material e 3) tratamento, inferência e interpretação. (Bardin, 2011).

Durante a pré-análise, os conteúdos obtidos foram sistematizados com aqueles desenvolvidos no referencial teórico, com o propósito de estabelecer indicadores para interpretação das informações extraídas (Bardin, 2011). Na fase da exploração do material, se definiram as regras de contagem, classificação e agregação das informações em categorias, o que envolveu rígido recorte, agregação e enumeração do conteúdo (Bardin, 2011). Utilizaram-se palavras-chave para a codificação, e estas foram agrupadas de forma hierárquica. A terceira fase envolveu o tratamento, a inferência e a interpretação rigorosa do conteúdo codificado (Bardin, 2011).

A seguir são descritas as etapas da revisão em quatro assuntos, onde são analisados os autores da revisão da literatura e discutido sobre suas obras.

BASES TEÓRICAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O conceito de RSE iniciou-se com uma discussão acadêmica na década de 1950. A origem do termo é ligada a questões éticas relacionadas à filantropia empresarial e à sociedade, e aparece com mais evidência nos Estados Unidos, onde os princípios religiosos eram compatíveis com valores da sociedade daquela época (Carroll, 1979).

Para Carroll (1979), RSE equivale às expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que a sociedade tem em relação às organizações em dado período. Isso significa que a RSE enquanto conceito deve incluir os princípios de obrigações legais, econômicas e a responsabilidade com a sociedade, tendo como ingrediente certo grau de voluntarismo. Para Carrol (1979), o desempenho social das empresas exige: (1) que a responsabilidade social seja avaliada (2), que ele deve ser direcionado para os problemas sociais identificados, e (3) escolher uma filosofia de resposta.

Segundo Nishigawa, Gimenes e Gimenes (s/a), o conceito de RSE se vincula na relação da empresa com a sociedade, considerando três princípios: ética, benefícios financeiros e apoio social. O primeiro trata a relação entre a ética privada e a ética pública, questionando o gestor sobre seu grau de comprometimento com as ideias da empresa, mesmo que sejam contrários às suas. O segundo refere-se à responsabilidade social que um gestor exerce com seus funcionários em razão dos benefícios financeiros da empresa. O terceiro aborda o respeito do gestor da empresa com relação à cultura da comunidade, apoio às artes e doações financeiras para ações filantrópicas.

A definição de RSE está em construção e varia conforme as ideias, definições, lugares e compreensão das empresas sobre seus constituintes em termos de aspectos econômicos, legais, éticos, sustentáveis e filantrópicos de um determinado tempo ou período (Ashley, 2005). Isso faz com o que, ainda, não exista um grau de estabilidade semântica, como tantos outros termos do léxico empresarial (Moretti, 2007, p. 3). Para Ashley (2005), pode-se observar a evolução do conceito de RSE pela expansão do público beneficiário das ações empresariais. Alguns salientam que a empresa deve concentrar-se em apenas um desses públicos, aquele que define a razão de sua existência, ficando os demais relegados a segundo plano, ao caracterizar apenas despesas (Ashley, 2005), mas outros defendem a expansão desse público para contemplar outras partes como empregados, clientes, fornecedores e a sociedade, com os quais a empresa mantenha relações comerciais e sociais (Ashley, 2005).

A visão restrita da RSE é baseada na teoria do stockholder (acionista), de Milton Friedman, a qual defende que a responsabilidade social da empresa é a geração de lucros, dentro dos critérios determinados por lei. Sob essa perspectiva, é responsabilidade da empresa apenas produzir bens ou serviços importantes para a sociedade, gerar lucro legalmente e remunerar adequadamente os fatores de produção (capital e trabalho), contribuindo com impostos para o governo e com renda para a sociedade (Barbieri; Cajazeira, 2009). Dirigentes que desejam ajudar na resolução dos problemas sociais devem utilizar seus próprios recursos e nunca os da empresa, tendo em vista que a função dos gestores é maximizar o lucro empresarial (Fridman, 1970).

A teoria do acionista defende, ainda, o pilar da distinção entre propriedade (acionistas) e administração (dirigentes) nas empresas, principalmente nas sociedades anônimas, com o propósito de minimizar o confronto entre os proprietários e seus administradores quanto à alocação de recursos da empresa (Barbieri; Cazajeira, 2009). Os administradores são agentes dos proprietários e devem usar os recursos da empresa para maximizar o retorno do capital investido

nela, ou seja, o interesse dos administradores não deve divergir dos interesses dos acionistas (Fridman, 1970).

A visão ampliada da RSE é baseada na teoria dos stakeholders, cujo maior expoente é Edward Freeman. O termo stakeholder é utilizado para representar outras partes interessadas (além dos acionistas), tais como: empregados, clientes, fornecedores, distribuidores, instituições financeiras, governo e comunidades locais, e aparece na literatura de gestão no final da década de 1970, quando Edward Freeman e Emhoff criou um programa de educação para ajudar a AT&T a compreender e gerenciar o ambiente externo (Cruz; Souza, 2018; Freeman; Wicks; Parmar, 2004). Stakeholder é qualquer indivíduo ou grupo de indivíduos que têm o potencial de afetar ou ser afetado pelas atividades de uma empresa ou organização (Cruz, 2018; Freeman; Wicks; Parmar, 2004). Sendo assim, os stakeholders precisam ser colocados no centro das estratégias de negócios para que fique explícita a forma como a empresa lida com seus interesses (Cruz; Souza, 2018; Freeman; Wicks; Parmar, 2004).

Agindo dessa maneira, os gestores identificarão e analisarão mais adequadamente os objetivos dessas partes, e poderão negociar com elas formas mais apropriadas para alcançar esses objetivos sem prejudicar os interesses da empresa (Cruz; Souza, 2018). Isso implica na necessidade de a empresa identificar e inserir os valores e comportamentos dos stakeholders em seu contexto de atuação, e entender as relações que os stakeholders mantêm com a organização na totalidade e como essas relações refletem ou são refletidas nos processos ou procedimentos operacionais cotidianos (Cruz; Souza, 2018; Freeman; Wicks; Parmar, 2004).

Para a teoria dos stakeholders os efeitos da empresa sobre os empregados, clientes, fornecedores e a própria sociedade como um todo são recíprocos e ocorrem de diferentes maneiras, conforme a natureza das relações (comerciais, trabalhistas, sociais). Tais relações tornam-se concretas nas operações de venda de produtos, na compra de bens ou de insumos para uso, no pagamento de salários aos empregados, na geração de poluição, no congestionamento do trânsito, na competição no mercado por produto e trabalho e na determinação da qualidade dos produtos (Barbieri; Cajazeira, 2009).

Seguindo a evolução do conceito de RSE, surge na década de 1980 a abordagem gerencial, estratégica ou instrumental, representando uma escola de gestão e temas sociais. A abordagem estratégica da RSE desenvolveu ferramentas de gestão capazes de melhorar o desempenho social e ético das empresas. Seu principal discurso é: o que é bom para a sociedade é bom para a empresa (Faria; Sauerbronn, 2008).

Essa abordagem da RSE prima pela duração de uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa (Ashley, 2005). Tal comportamento se traduz numa ação empresarial proativa sob três aspectos: 1) maior consciência sobre questões culturais, ambientais e de gênero, 2) ação antecipatória para evitar regulamentações restritivas por parte do governo às atividades da empresa, e 3) diferenciação de seus produtos diante de concorrentes menos responsáveis socialmente (Ashley, 2004 *apud* Cruz; Souza, 2012). Ao adotar esse comportamento, a empresa pode aproveitar oportunidades de mercado, conseguir vantagens competitivas e minimizar riscos quanto a impactos negativos de cunho ético e social (Ashley, 2005; Faria; Sauerbronn, 2008).

Sob essa perspectiva, estudos foram desenvolvidos com foco na Performance Social Corporativa (CSP), com o propósito de explicar por que a responsabilidade social leva a empresa a maiores ganhos (Faria; Sauerbronn, 2008), especialmente quando a empresa identifica problemas sociais básicos que se encaixem ao seu propósito (Porter; Kramer, 2006). Nessas situações, RSE torna-se uma fonte de progresso social, pois a empresa aplica seus consideráveis

recursos, experiências e percepções em atividades que beneficiam a sociedade (Porter; Kramer, 2006).

A RSE torna-se estratégica quando a empresa adiciona uma dimensão social à sua proposta de valor, tornando o impacto social parte integrante de sua estratégia de negócio (Porter; Kramer, 2006). Ao ter elementos estratégicos definidos a partir dos mesmos parâmetros que orientam as principais decisões empresariais, a RSE pode ser uma fonte de oportunidades, inovação e vantagem competitiva (Porter; Kramer, 2006). Para tanto, as empresas precisam deixar de agir sobre pressão e de submeter suas agendas sociais ao interesse de terceiros, identificar seus impactos negativos e positivos sobre a sociedade, priorizar temas relacionados ao seu contexto de negócio e adotar uma pauta social capaz de combinar estratégia empresarial com bem-estar social (Porter; Kramer, 2006). Isso implica transformar postura fragmentada e defensiva em postura integrada e afirmativa, em que o foco passa de uma ênfase na imagem para a ênfase na substância, criando um diferencial para o negócio e transformando a RSE em importante elemento competitivo (Porter; Kramer, 2006).

CONTRIBUIÇÃO DO INSTITUTO ETHOS PARA O AVANÇO DA RSE NO BRASIL

O Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social, grupo de iniciativa privada fundado em 1998, tem promovido a inserção de práticas e políticas públicas de responsabilidade social no cotidiano e na gestão das empresas (Estigara; Pereira; Lews, 2009). Seus instrumentos de mensuração da RSE – os Indicadores Ethos de RSE – são um sistema de análises de práticas empresariais de gestão social e de desenvolvimento sustentável, assim como de aprofundamento de compromissos com a responsabilidade social (Instituto Ethos, 2010).

Uma das versões dos Indicadores Ethos de RSE é o Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis Ciclo 2018/2019. Essa nova geração de indicadores foi desenvolvida para estar a serviços das empresas, permitindo maior funcionalidade e flexibilidade na geração de relatórios que apoiam a gestão, por meio de mecanismos de planejamento e de compartilhamento de dados entre as partes interessadas (Instituto Ethos, 2018/2019). Mais do que uma ferramenta de autodiagnóstico, os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis auxiliam as empresas a incorporarem iniciativas de responsabilidade social ao negócio (Senefonte; Patah, 2014).

Essa nova versão é estruturada em quatro dimensões inspiradas em temas da Norma ISO 26000: visão e estratégia, governança e gestão, social e ambiental. Elas abarcam temas da RSE explorados e aprofundados pelas empresas em diferentes perspectivas, ajudando-as a melhorar o seu desempenho social (Instituto Ethos, 2018/2019; Oliveira, 2013). Essas dimensões representam macros temas e se desdobram em subtemas e em indicadores (Instituto Ethos, 2018/2019).

Dimensão Visão e Estratégia

A dimensão Visão e Estratégia, cujo tema e subtema possuem a mesma denominação, tem três indicadores, conforme mostra a Quadro 1:

Quadro 1- Dimensão Visão e Estratégia

Tema	Subtemas	Indicadores
Visão e Estratégia	Visão e Estratégia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estratégias para a Sustentabilidade 2. Proposta de Valor 3. Modelo de Negócio

Fonte: Própria, adaptada de Instituto Ethos (2019).

Considerando que visão e estratégia formam a base de sustentação para a definição das ações da empresa, elas devem ser claramente validadas pela organização (Instituto Ethos, 2018/2019). Reconhecendo sua importância, os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis Ciclo 2018/2019 recomenda que ambas – visão e estratégia - incorporem atributos de sustentabilidade, e estes devem estar igualmente presentes tanto nos produtos e serviços que a empresa oferece como no seu *modus operandi*, ou seja, na forma como ela organiza e estabelece suas operações.

Nesse aspecto, as organizações buscam atender às necessidades de seus clientes e sociedade, de forma a transformá-las em estratégias na busca por produtos sustentáveis e inclusivos. E com uma proposta de valor que incorpora suas operações como um diferencial competitivo, tornando seu produto e/ou serviço como únicos ou superiores se comparados a seus concorrentes, gerando um modelo de negócio que visa promover uma combinação de lucro e geração de valor para a sociedade (Instituto Ethos, 2018/2019).

Dimensão Governança e Gestão

A Dimensão Governança e Gestão, constituída pelos temas governança organizacional e práticas de operação, e pelos subtemas: governança e conduta, prestação de contas, práticas concorrenciais, práticas anticorrupção, envolvimento político responsável, e sistema de gestão, possui dezesseis indicadores, conforme mostra o Quadro 2.

Quadro 2 – Dimensão Governança e Gestão

Tema	Subtemas	Indicadores
Governança Organizacional	Governança e Conduta	4. Código de Conduta 5. Governança da Organização 6. Compromissos voluntários e Participação em iniciativas de RSE e Sustentabilidade 7. Engajamento das Partes Interessadas 8. Relações com Investidores e Relatórios Financeiros
	Prestação de Contas	9. Relatos de Sustentabilidade e Relatos Integrados 10. Comunicação com Responsabilidade Social
	Práticas Concorrenciais	11. Práticas Concorrenciais
	Práticas Anticorrupção	12. Práticas Anticorrupção 13. Contribuições para Campanhas Eleitorais
	Envolvimento Político Responsável	14. Envolvimento no Desenvolvimento de Políticas Públicas
Práticas de Operação e Gestão	Sistema de Gestão	15. Gestão Participativa 16. Sistema de Gestão Integrado 17. Sistema de Gestão de Fornecedores 18. Mapeamento dos Impactos da Operação e Gestão de Resíduos 19. Gestão da RSE/Sustentabilidade

Fonte: Própria, adaptada de Instituto Ethos (2018/2019).

Considerando a governança e gestão, os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis Ciclo 2018/2019 orientam que a empresa estruture sua gestão alinhada à RSE com a implementação de políticas na integração dos seus processos, norteando a organização e as partes interessadas nos seus objetivos. Com isso, os princípios da RSE comunicam e atribuem que

a empresa demonstra os efeitos negativos, sejam de natureza econômica, social, ambiental ou ética, que venha a produzir, fazendo com que suas práticas de operação e gestão tenham como premissa que a empresa seja acompanhada pela sociedade civil nas esferas e áreas de sua atuação, no sentido de corresponsabilidade em relação aos seus processos (Instituto Ethos, 2018/2019).

Em relação à concorrência leal, os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis Ciclo 2018/2019 orientam que a gestão apresente uma estratégia forte no relacionamento entre as empresas de um mesmo setor. Já as práticas de corrupção são um abuso do poder recebido, e podem representar e configurar uma violação dos direitos humanos, assim como causar danos irreversíveis ao meio ambiente. Diante disso, é importante considerar o envolvimento político e sustentável da empresa, a transparência e a dinâmica do interesse que a alimenta, e a forma de gestão das empresas no seu dia a dia em relação a sua administração e controle (Instituto Ethos, 2018/2019).

Dimensão Social

A dimensão de Social possui quatro temas (direitos humanos, práticas de operação e gestão, 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; e gestão de impacto na comunidade e desenvolvimento) e dezessete indicadores, conforme o Quadro 3.

Quadro 3 – 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 Sindicato
	Desenvolvimento Humano, Benefícios e Treinamento	26. Remuneração e Benefícios
		27. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional
Saúde Segurança e Qualidade de Vida	28. Comportamento Frente a Demissões e Aposentadoria	
	29. Saúde e Segurança dos Empregados	
Questões Relativas ao Consumidor	Respeito ao Direito do Consumidor	30. Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho.
	Consumo Consciente	31. Relacionamento com o Consumidor. 32. Impacto Decorrente do Uso de Produtos ou Serviços
Envolvimento com a Comunidade e seu Desenvolvimento	Gestão de Impacto na Comunidade e Desenvolvimento	33. Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente
		34. Gestão dos Impactos da Empresa na Comunidade
		35. Compromisso com Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais
		36. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Fonte: Própria, 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. Respeito esse que 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, falam a respeito da geração de empregos e das suas 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, orienta 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 no processo (Instituto Ethos, 2018/2019).

Nas questões relativas ao consumidor, os Indicadores Ethos (2018/2019) têm como foco o relacionamento entre empresas e consumidor, no sentido de serem mais práticas e transparentes, respeitando os direitos do consumidor, com a adoção de postura mais exigente, o que implica dizer que ambos sejam proativos e transparentes diante da prática do consumo consciente e sustentável. A empresa que incorporar práticas e ações de gestão com a comunidade, pensando no seu desenvolvimento e compromissos, tende a minimizar os impactos e auxiliar na solução dos problemas sociais, promovendo seu desenvolvimento e apoiando seus processos produtivos entre fornecedores e gestão (Instituto Ethos, 2018/2019).

Dimensão Ambiental

A dimensão Ambiental é composta por um tema (meio ambiente), três subtemas (mudanças climáticas, gestão e monitoramento dos impactos sobre os serviços ecossistêmicos e a biodiversidade, e impactos do consumo) e onze indicadores, conforme o Quadro 4.

Quadro 4 – Dimensão Ambiental

Tema	Subtemas	Indicadores
Meio Ambiente	Mudanças Climáticas	37. Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas
		38. Adaptação às Mudanças Climáticas
	Gestão e Monitoramento dos Impactos sobre os Serviços Ecossistêmicos e a Biodiversidade	39. Sistema de Gestão Ambiental
		40. Prevenção da Poluição
		41. Uso Sustentável de Recursos materiais
		42. Uso Sustentável de Recursos: Água
		43. Uso Sustentável de Recursos: Energia
	Impactos do Consumo	44. Uso Sustentável da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais
		45. Educação e Conscientização Ambiental
		46. Impactos do Transporte, Logística e Distribuição

Fonte: Própria, adaptada de Instituto Ethos (2018/2019)

Na perspectiva da dimensão ambiental, a sociedade enfrenta atualmente muitos desafios ambientais, entre os quais se incluem a exaustão dos recursos naturais, a emissão de poluentes, as mudanças climáticas, a destruição de habitats, a extinção de espécies e o colapso dos ecossistemas. Além desses, outro importante problema é o processo de degradação decorrente da ocupação humana rural e urbana, ou seja, da antropização (Instituto Ethos, 2018/2019).

À medida que a população mundial cresce e o consumo aumenta, essas mudanças estão se tornando verdadeiras e crescentes ameaças à segurança humana, à saúde e ao bem-estar da sociedade. Diante disso, enfrentar esses problemas que se inter-relacionam em níveis local, regional e global, exige das empresas uma abordagem abrangente, sistemática e coletiva. Por isso, é de suma importância, gerenciar e monitorar os impactos sobre os ecossistemas e a biodiversidade na utilização dos recursos naturais de forma a reduzir seus impactos causados pelo consumo e propor medidas de desenvolvimento e soluções até o fim de ciclo de sua vida útil (Instituto Ethos, 2018/2019).

ESTUDOS SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL EM AGROINDÚSTRIAS

No geral, há uma consolidação dos conceitos de responsabilidade social em agroindústrias, especialmente nas do setor sucroenergético, pois nos últimos anos ações concretas estão sendo incorporadas pela maior parte das empresas. Assim, é natural que o fenômeno da RSE em agroindústria tenha despertado o interesse de vários pesquisadores brasileiros. Wissmann, Shikida e Ayala (2018) discutem as dimensões da RSE (econômica, ambiental e social) e o comportamento socialmente responsável de 128 agroindústrias sucroenergéticas no Brasil, visando identificar qual das três dimensões exerce maior influência no comportamento socialmente responsável das empresas. Por meio de respostas a questionário estruturado e de aplicação de modelagem de equações estruturais (MEE), o estudo demonstrou que as agroindústrias canavieiras estão em estágios diferentes em se tratando de Comportamento Socialmente Responsável (CSR), mas demonstram preocupação com a sustentabilidade de suas operações, buscando minimizar o seu impacto socioambiental. As dimensões econômica e social exercem influência positiva no CSR, enquanto a dimensão ambiental, embora tenha apresentado um coeficiente β positivo, mostrou-se estatisticamente não significativa.

Galli *et al.* (2018) fazem um mapeamento das ações de responsabilidade social de oito agroindústrias familiares do agronegócio junto aos *stakeholders*. Por meio de pesquisa qualitativa e descritiva, realizada através de estudo multicase, os autores evidenciam que o principal motivador para que as empresas invistam em ações de cunho socioambiental é a obrigatoriedade legal em detrimento de ações sociais de caráter voluntário (evidenciado pelo índice de saliência de *stakeholders*), revelando uma atuação reativa e não proativa das empresas.

Em abordagem que busca avaliar o desempenho de agroindústrias sucroalcooleiras goianas, sob temas da RSE, Cruz e Souza (2012) identificam a implantação parcial da RSE em doze agroindústrias. Posteriormente, Cruz (2016) avalia as mesmas empresas quanto à adoção de políticas e processos de gestão ambiental, utilizando como referências os três estágios evolutivos (controle, prevenção e estratégica) da gestão ambiental empresarial delineados por Barbieri (2009). Em duas empresas, a gestão ambiental foi enquadrada no estágio *estratégico*, em outras duas no estágio *preventiva*, e oito usinas no estágio *controle*. De forma geral, o aprimoramento da gestão ambiental nas usinas pesquisadas vincula-se ao aperfeiçoamento de processos de monitoramento da frota de veículos, ao estabelecimento de metas de emissão de poluentes e outros gases de efeito estufa e à inclusão de empregados, clientes, fornecedores e comunidade na discussão dos impactos ambientais causados pela atividade empresarial.

Em outro estudo, aprofundado em gestão de pessoas, Cruz e Souza (2017) concluem que, apesar de as mesmas 12 empresas se destacarem em temas específicos da dimensão *público interno* (colaboradores e terceirizados), as transformações econômicas, financeiras e tecnológicas vivenciadas pelo setor sucroenergético no estado de Goiás não foram capazes de provocar significativas mudanças na gestão de pessoas em termos de postura socialmente responsável.

Quando tomaram por base apenas políticas transparentes de negócios e práticas de governança corporativa, Cruz e Souza (2018) afirmam que, embora as mesmas 12 agroindústrias tivessem bom desempenho em alguns temas de governança corporativa, havia um longo caminho a ser percorrido por elas para superarem obstáculos tradicionais, como cultura organizacional e interesses de curto prazo, que limitavam o desenvolvimento da governança corporativa.

Branco, Pereira e Palmisano (2019), ao analisarem a evolução da RSE numa agroindústria alimentícia de Goiás, por meio da análise do Balanço Social (BS) e do Relatório de Sustentabilidade (RS), divulgados pela empresa no período 2010 a 2017, afirmam que a empresa realizou diversos investimentos socioambientais, demonstrando a adoção da RSE por meio de programas, projetos e ações mensuradas por indicadores relativos aos colaboradores, à sociedade, aos clientes, aos fornecedores e ao meio ambiente. A empresa demonstrou gerar e distribuir riqueza e ter compromisso com a transparência na divulgação dos resultados através do Balanço Social.

Em estudo posterior, Branco, Pereira e Rodrigues (2020) enfatizam a importância da RSE promovida como estratégia de educação ambiental e de sustentabilidade em uma empresa agrícola, goiana. Os autores analisaram um projeto de RSE voltado ao recolhimento de tampinhas de material plástico para transformação em produtos acabados, constatando que as ações integradas, sustentáveis e sociais, beneficiaram não apenas a empresa, mas também colaboradores, clientes, fornecedores e a sociedade. Para os autores, a empresa se destaca na gestão sustentável e social, buscando integração de valores e equilíbrio econômico, social e ambiental.

PROPOSTA PARA NOVOS ESTUDOS RSE EM AGROINDÚSTRIAS

Embora os estudos existentes tenham sua importância teórica e prática, novas pesquisas investigativas, apoiadas na abordagem estratégica da RSE (Porter; Krammer, 2006; 2011; Yang; Rivers, 2009; Galbreath, 2009), são necessárias para a identificação e/ou mensuração de retornos econômicos e não econômicos auferidos por agroindústrias do agronegócio no Brasil. Dentre os benefícios da primeira categoria de benefícios, estudos apontam a diminuição de conflitos, capacidade de recrutar e manter talentos, redução de danos ambientais, valorização da imagem institucional e maior legitimidade da empresa (Wissmann; Shikida; Ayala, 2018; Ashley, 2005; Instituto Ethos, 2007); já, dentre os benefícios da segunda categoria, trabalhos indicam aumento da competitividade empresarial, diferenciação de produtos, acesso novos mercados e financiamentos, sustentabilidade do negócio a longo prazo e lealdade do consumidor (Freire; Souza; Roseto, 2008; Instituto Ethos, 2007; Ashley, 2005).

Nesse sentido, esta seção, a partir da estrutura dos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019, propõe direcionamentos para futuros estudos empíricos voltados à identificação/mensuração de benefícios econômicos e não econômicos oriundos da RSE em agroindústrias. Consoante à estrutura desse instrumento, formada por quatro dimensões, temas, subtemas e indicadores, apresentada nos quadros 1, 2, 3 e 4, entende-se que os benefícios perpassam pelas quatro dimensões, num fluxo dinâmico e contínuo, conforme indica a Figura 1:

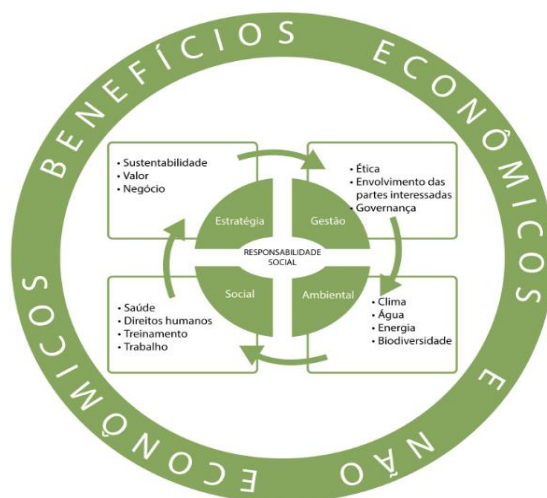


Figura 1: Dinâmica dos fluxos de geração de benefícios oriundos da RSE
Fonte: Própria.

Os benefícios do posicionamento estratégico da RSE nas políticas das agroindústrias podem ser observados no Quadro 5:

Quadro 5: Benefícios do posicionamento estratégico da RSE nas políticas das agroindústrias

Dimensão	Tema	Benefícios não econômicos	Benefícios Econômicos
Visão e Estratégia	Visão e Estratégia	<ul style="list-style-type: none"> - Reputação da marca; - Reconhecimento da sociedade; - Redução na emissão de gases efeito estufa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da receita bruta da venda de produtos; - Aumento do lucro por acesso a novos mercados; - Preços superiores por certificações de produtos; - Aumento do valor de mercado da empresa; - Maior solidez financeira.

Fonte: Própria

Os benefícios de uma governança estruturada sob as premissas da RSE nas agroindústrias podem ser observados no Quadro 6:

Quadro 6: Benefícios de uma governança estruturada sob as premissas da RSE nas agroindústrias

Dimensão	Tema	Benefícios não econômicos	Benefícios Econômicos
Governança e Gestão	Governança Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Baixos índices de conflitos com acionistas minoritários; - Alta reputação perante credores e investidores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Taxas de juros baixas em linhas de crédito destinadas ao aprimoramento tecnológico.
	Práticas de Operação e Gestão	<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade dos produtos e serviços; - Redução de riscos financeiros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da produtividade; - Redução de custos operacionais.

Fonte: Própria.

Os benefícios da estruturação das políticas e processos sociais alinhadas às premissas da RSE nas agroindústrias podem ser observados no Quadro 7:

Quadro 7: Benefícios da estruturação das políticas e processos sociais alinhadas às premissas da RSE nas agroindústrias

Dimensão	Tema	Benefícios não econômicos	Benefícios Econômicos
Social	Direitos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfação de colaboradores; - Baixos índices de reclamações trabalhistas; - Baixo índice de acidentes no trabalho; - Criação de cultura prevencionista; - Premiações e certificações. 	<ul style="list-style-type: none"> - Maior produtividade dos colaboradores; - Maior lucro por colaborador; - Menor custo com reposição de funcionários devido a acidentes de trabalho.
	Questões Relativas ao Consumidor	<ul style="list-style-type: none"> - Maior segurança e qualidade de produtos; - Maior confiabilidade de clientes/consumidores; - Menor índice de reclamação de clientes/consumidores; - Maior satisfação de clientes/consumidores. - Maior lealdade de clientes/consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baixo índice de indenização a clientes por danos causados por produtos.
	Envolvimento com a Comunidade e seu Desenvolvimento	<ul style="list-style-type: none"> - Baixo índice de reclamação da comunidade quanto a excesso de tráfego de veículos, de geração de lixo e mau cheiro, de poluição ambiental; - Mão-de-obra local mais qualificada; - Fornecedores locais mais qualificados; 	<ul style="list-style-type: none"> - Menor custo com treinamento e qualificação de mão-de-obra; - Menor custo com treinamento e qualificação de fornecedores; - Baixo índice de indenizações à comunidade por danos sociais.

Fonte: Própria.

Os benefícios da estruturação das políticas e processos de gestão ambiental alinhadas às premissas da RSE nas agroindústrias podem ser observados no Quadro 8:

Quadro 8: Benefícios da estruturação das políticas e processos de gestão ambiental alinhadas às premissas da RSE nas agroindústrias

Dimensão	Tema	Benefícios não econômicos	Benefícios Econômicos
Meio Ambiente	Meio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Redução na emissão de gases efeito estufa; - Redução do uso de água; - Geração de energia a partir do bagaço da cana. - Melhor uso de resíduos de matéria prima; - Uso de fontes renováveis de energia e água. - Contribuições para uma economia de baixo carbono. 	<ul style="list-style-type: none"> - Receita de venda de crédito de carbono; - Aumento do lucro advindo da redução dos níveis de utilização de energia e água; - Receita advinda da geração de energia a partir do bagaço da cana e óleo graxo.

Fonte: Própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apoiou-se nas premissas da abordagem estratégica da RSE para elencar possíveis benefícios econômicos e não econômicos que as agroindústrias podem auferir a partir de seus programas de RSE, para contribuir com futuras pesquisas no tema. Para tanto, tomou-se como base o Indicador Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019, para contribuir com futuras pesquisas no tema.

O estudo revisou as bases teóricas da RSE, a contribuição do Instituto Ethos para a evolução da RSE no Brasil, dando ênfase na estrutura e no conteúdo de seu instrumento de avaliação da RSE – os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, Ciclo 2018/2019. Revisou-se também estudos anteriores que pesquisam o fenômeno da RSE em agroindústrias, buscando compreender o tipo e o conteúdo das discussões.

Foi possível elencar no total um conjunto de 23 benefícios não econômicos e 13 benefícios econômicos. Na dimensão Visão e Estratégia, os benefícios não econômicos são: reputação da marca, reconhecimento da sociedade e redução na emissão de gases efeito estufa e os benefícios econômicos são: aumento da receita bruta da venda de produtos, aumento do lucro por acesso a novos mercados, preços superiores por certificações e maior valor dos produtos, aumento do valor de mercado da empresa e maior solidez financeira.

Na dimensão Governança e Gestão, os benefícios não econômicos são: baixos índices de conflitos com acionistas minoritários, reputação perante credores e investidores, qualidade dos produtos e serviços e satisfação dos clientes, e os benefícios econômicos são: taxas de juros baixas em linhas de crédito destinadas ao aprimoramento tecnológico, aumento da produtividade e redução dos custos alinhados às decisões de risco com as necessidades do negócio.

Na dimensão Social, os benefícios não econômicos são: satisfação de colaboradores, baixos índices de reclamações trabalhistas, baixo índice de acidentes no trabalho, criação de cultura prevencionista, premiações e certificações, melhores práticas de segurança e qualidade nos produtos, gestão de riscos e impactos das atividades da empresa nas comunidades locais, incentivo ao desenvolvimento local, boas relações com as comunidades do entorno, atuação da empresa de maneira ética e transparente nas atividades e ações sociais, e os benefícios econômicos são: maior produtividade dos colaboradores, maior lucro por colaborador, menor custo com reposição de funcionários devido a acidentes de trabalho, garantia da confiabilidade e a fidelidade do consumidor final, ampliação do mercado, maior participação de fornecedores locais, impulsionando negócios locais e engajamento social, Desenvolvimento local e qualidade de vida pelas ações sociais que a empresa realiza, maior valorização do capital humano gerando equipes engajadas, geração de valor para o negócio devido equipes engajadas e mais políticas que promovem processos e ações de conscientização das partes interessadas.

Na dimensão Ambiental os benefícios não econômicos são: redução na emissão de gases efeito estufa, redução do uso de água, geração de energia a partir do bagaço da cana, melhor uso de resíduos de matéria-prima, uso de fontes renováveis de energia e água e contribuições para uma economia de baixo carbono e os benefícios econômicos são: receita de venda de crédito de carbono, aumento do lucro advindo da redução dos níveis de utilização de energia e água e receita advinda da geração de energia a partir do bagaço da cana e óleo graxo.

Este estudo elencou os benefícios não econômicos e econômicos da RSE, enquanto uma revisão teórica, o que sugere novas indicações de estudos científicos, podendo ser tomado como ponto de partida para outros estudos que podem ser desenvolvidos, contribuindo com o campo.

A metodologia não está isenta de críticas e limitações, pois os dados encontrados neste estudo podem não ser suficientes para aprofundamento da temática, bem como as análises realizadas podem apresentar compreensão tendenciosa, apesar do esforço racional dos pesquisadores. Dessa forma, o presente trabalho pode ser melhorado. Contudo, as considerações que apresenta são relevantes.

Como futuras pesquisas investigativas, seria relevante aprofundar o fato dos benefícios econômicos e não econômicos para as agroindústrias, como fonte de estratégia e competitividade, de modo a permitir e demonstrar os dados obtidos e ampliar a visão, abordagem e estimular as empresas a prosseguir com ações voltadas para RSE na gestão e estratégia de sua organização.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Amauri Cesar; MARTINS, Ana Luísa Mendes. Trabalhador Como Mercadoria: Análise do ASHLEY, P.A. (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BECHT, M.; BOLTON, P.; RÖELL, A. Corporate Governance and Control. European Corporate Governance Institute (ECGI), **Working Paper**, n. 02, 2002. Disponível em: <https://econpapers.repec.org/paper/nbrnberwo/9371.htm>. Acesso em: 10 maio 2021.
- BARBIERI, J. C; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e Empresa sustentável: da teoria à prática**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of Management Review**, v.4, n.4, p.497-505, 1979.
- BRANCO, L.M.; PEREIRA, R.; 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.
- BRANCO, L.M.P.C.; PEREIRA, R.S.; RODRIGUES, E.S. A responsabilidade social corporativa em empresa agrícola no estado de Goiás. **Braz. J. Develop.**, v. 6, n. 3, p. 13262-13280, mar. 2020.
- CRUZ, J. E. Gestão ambiental no setor sucroenergético em Goiás à luz da responsabilidade social empresarial. In: CRUZ, J.E; TEIXEIRA, S. M.; VIEIRA, G. R. M. (org.) **Estudos em Agronegócio**. Goiânia: UFG, 2016. Cap. 8. (Programa de pós-graduação em agronegócio; v. 2)
- CRUZ, J.E.; SOUZA, E.M.S.S. Responsabilidade social empresarial no setor sucroenergético em Goiás. **Revista de Política Agrícola**, v. 21, n. 2, p.103-121, abr./maio/jun. 2012.
- CRUZ, J. E.; PORTO, R. B. Desempenho Social e Financeiro de Pequenas e Médias Empresas: modelo conceitual de causa e efeito. **Rev. Ibero-Am. de Est.**, v. 15, p. 60-70, 2016.
- CRUZ, J.E.; SOUZA, E.M.S.S. Gestão de recursos humanos à luz da responsabilidade social empresarial: um estudo no setor sucroenergético em Goiás. **Gestão & Regionalidade**, v. 33, n. 97, p. 23-47, 2017.
- CRUZ, J. E.; SOUZA, C. B. Governança corporativa no setor sucroalcooleiro em Goiás. **Informe Gepec**, v. 22, n. 2, p. 99-119, 2018.

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

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A Responsabilidade Social é uma Questão de Estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública - RAP**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 1, p. 07-33, jan./fev. 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, may./june 2004.

FREIRE, R.; SOUZA, M.J.B.; ROSSETO, C.R. Integração da responsabilidade social corporativa à vantagem competitiva: análise da produção acadêmica. *In*: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 15. Bauru-SP, 2008. **Anais...** artigo 734. Disponível: https://www.simpep.feb.unesp.br/anais_simpep.php?e=2 . Acesso em: 8 dez. 2021.

FRIEDMAN, M. **A Friedman doctrine** - The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times*, New York, sept.13, 1970.

GALBREATH, J. Building corporate social responsibility into strategy. **European Business Review**, v. 21, n. 2, p. 109-127, 2009.

GALLI, L.C.L.A. et al. Responsabilidade social e aspectos ambientais em empresas familiares: um estudo multicase no agronegócio. **Revista de Negócios**, v. 23, n. 4, p. 47-69, out. 2018.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. 2010. 83p. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/110.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2021.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis: Guia Temático: Integridade, Prevenção e Combate à Corrupção**. Ciclo 2018/2019. 19p. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/guia-tematico-de-integridade-ciclo-2019/>. Acesso em: 13 nov. 2021.

INSTITUTO ETHOS. **Guia de Elaboração do Balanço Social Empresarial e Relatório de Sustentabilidade**: 2007. São Paulo: Instituto Ethos, 2007. 43p. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/guia-de-elaboracao-do-balanco-social-versao-2007/>. Acesso em: 13 jan. 2022.

MACÊDO, N.M.M.N.; GADELHA, M.A.; CÂNDIDO, G.A. Apresentação da construção dos parâmetros à aplicação do modelo conceitual tridimensional de performance social de Carroll. **Rev. Adm. UFSM**, v. 7, n. 2, p. 230-248, 2014.

MANNARELLI FILHO, T. et al. Responsabilidade social, sustentabilidade e inovação no setor sucroenergético brasileiro: Tendências e perspectivas. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 4, p. 1-22, 2021.

MORETTI, S. **A responsabilidade e o social**: uma discussão sobre o papel das empresas. São Paulo: Saraiva, 2007.

NISHIGAWA, K. S.; GIMENES, F. M. P.; GIMENES, R. M. T. Responsabilidade Social no Agronegócio Cooperativo: o caso da cooperativa agrícola Consolata. **Agricultura e Negócio Paranaense**, p. 1-20, s/a. Disponível em: <www.ecopar.ufpr.br/artigos/a4_068.pdf> Acesso em: 12 jan. 2023.

OLIVEIRA, J. P. **Empresa na Sociedade: Sustentabilidade e Responsabilidade Social**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ORLITZKY, M.; SIEGEL, D. S; WALDMAN, D. A. Strategic corporate social responsibility and environmental sustainability. **Business & Society**, v. 50, n. 1, p. 6-27, 2011.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard business review**, v. 84, n. 12, p. 78-92, 2006.

PORTER, M. E; KRAMER, M. Creating shared value. **Harvard Business Review**, v. 89, n. 1/2, p. 62-77, 2011.

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.

SENEFONTE, G. L.; PATAH, L. A. A Validade Teórica das Dimensões de Análise dos Indicadores de Projetos de Responsabilidade Social Corporativa: uma abordagem teórica da aderência dos indicadores Ethos a modelos acadêmicos. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade – GeAS**, v. 3, n. 1, p.18-27, jan./abr. 2014.

WISSMANN, M. A.; SHIKIDA, P. F. A.; AYALA, J. C. Responsabilidade Social nas Agroindústrias Canavieiras no Brasil. **RESR**, Piracicaba-SP, v. 56, n.4, p. 681-700, out./dez. 2018.

YANG, X.; RIVERS, C. Antecedents of CSR practices in MNCs' subsidiaries: A stakeholder and institutional perspective. **Journal of Business Ethics**, v. 86, n. S2, p. 155-169, set. 2009.

Recebido: 11-02-2023

Aprovado: 29-11-2023



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.