

## RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA: EM BUSCA DE UM ALINHAMENTO DAS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS COM OS OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**Rafaela Manzan Carmelo.** Graduada em Administração na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). [rafaela.manzan@hotmail.com](mailto:rafaela.manzan@hotmail.com).

**Samuel Carvalho De Benedicto.** Professor do Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). [samuel.benedicto@puc-campinas.edu.br](mailto:samuel.benedicto@puc-campinas.edu.br).

### Resumo

A preocupação com o meio ambiente tem progressivamente mais relevância na sociedade com o passar dos anos. Nesse contexto, as organizações são pressionadas pelas legislações ambientais, e precisam se posicionar bem no mercado, apresentar um diferencial competitivo e gerar lucratividade, sendo essencial que a procura pela sustentabilidade se faça presente em suas atividades, de forma a valorizar a imagem organizacional. Cabe ressaltar que, para que uma organização seja considerada sustentável, é necessário que haja uma interação entre a questão econômica, ambiental e social (Tripé da Sustentabilidade), sendo essencial a divulgação dessas ações junto ao público-alvo. Dessa forma, o presente estudo teórico pauta-se pela seguinte questão de pesquisa: como demonstrar responsabilidade socioambiental corporativa e promover um alinhamento das estratégias empresariais em prol da contribuição aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável?. O objetivo, portanto, é discutir sobre o alinhamento das estratégias empresariais ao desenvolvimento sustentável, buscando firmar a responsabilidade socioambiental corporativa e, assim, colaborar com os ODS propostos pela Organização das Nações Unidas.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade, Desenvolvimento sustentável, Responsabilidade socioambiental, Comunicação.

### 1. Introdução

Os quadros social, político, econômico e ambiental que caracterizam as sociedades contemporâneas revelam que os impactos dos seres humanos sobre o meio ambiente estão se tornando cada vez mais complexos, tanto quantitativa quanto qualitativamente (LARUCCIA, 2012). Diante dessa realidade, a problemática da sustentabilidade assume, neste início de século, um papel central na reflexão em torno da crítica ao modo de vida contemporâneo, que se difundiu a partir da Conferência de Estocolmo, em 1972, quando a questão ambiental ganhou visibilidade pública (VEIGA, 2008).

Como propulsoras do desenvolvimento econômico, as organizações têm participado ativamente desse sistema que, novamente, degrada a natureza e explora seus recursos (SILVA, 2021). A sociedade espera e exige um nível de comprometimento elevado e de adequação das atividades organizacionais ao modo sustentável de produção (OLIVEIRA et al., 2012).

Estudos mostram esforços de muitas organizações para resolver este impasse (BARBIERI, 2020). Diante desta nova realidade, muitas empresas que não praticavam a sustentabilidade reorientaram suas posturas após perceberem esta necessidade. Outras, sendo mais eficazes em aproveitar a oportunidade, desenvolvem competências que contribuem mais diretamente para a consolidação de vantagens competitivas, num cenário em que as questões socioambientais estão em pauta (SILVA FILHO et al., 2020). Em parte, isso se deve ao entendimento de que a empresa que não adequar suas atividades ao conceito de desenvolvimento sustentável poderá perder competitividade no curto ou médio prazo (SILVA FILHO et al., 2021).

A despeito dessa evolução, Silveira et al. (2021) demonstram que a promoção real da sustentabilidade somente será possível quando as organizações decidirem incorporar o conceito de sustentabilidade nas estratégias organizacionais, a fim de alcançar o melhor modo sustentável de produção. É essencial estabelecer estratégias para a solução dos problemas, uma vez que diversas questões estão relacionadas à gestão de pessoas e de processos organizacionais. Entretanto, os autores afirmam que não é possível compreender tais questões sob uma perspectiva unidimensional, visto que envolvem, simultaneamente, a comunicação e fenômenos econômicos, ecológicos e sociais.

Spira, Tappeser e Meyer (2013) compartilham dessa ideia ao afirmar que a preocupação de se obter um desenvolvimento sustentável amplia, por consequência, a forma de atuação das organizações, passando a envolver além das considerações meramente econômicas, preocupações de caráter ambiental e social. Sendo assim, torna-se inevitável colocar em voga a responsabilidade socioambiental, “que é detentora de uma profusão de sentidos, mas que pode ser definida inicialmente como a atuação empresarial na busca do bem coletivo, como forma de mitigar os impactos socioambientais causados pela atividade produtiva (SILVA FILHO et al., 2021, p. 28).

Segundo Silva Filho et al. (2021, p. 28) ações estratégicas dessa natureza “contribuem para a construção de uma imagem positiva e possibilitam que as organizações cresçam de forma sustentada”. Quando se trata de “áreas de atuação industrial responsáveis por demasiadas alterações ambientais nos locais em que estão inseridas, a responsabilidade socioambiental deve ser ainda mais atuante e criteriosa”.

Ao tratar da comunicação das ações de responsabilidade socioambiental nas indústrias, Oliveira e Oliveira (2019, p. 37), pontuam que não adianta um setor investir pesadamente na comunicação para construir uma imagem positiva sobre a importância de suas atividades se não levar em conta as questões substantivas que envolvem o interesse da sociedade e as condições ambientais adversas que enfrentamos e teremos de enfrentar e que, se forem ignoradas, podem colocar em xeque a própria vida no planeta.

Segundo Feil, Strasburg e Naime (2013) a comunicação das ações de responsabilidade socioambiental, geralmente, concorre nas grandes empresas por meio dos relatórios de sustentabilidade. Silva (2021, p. 75) afirma que os relatórios de sustentabilidade, por sua vez, “são demonstrativos anuais dos projetos, benefícios e ações sociais dirigidos a todos os *stakeholders*” (empregados, consumidores, comunidade, investidores, governos e mercado), “cuja



**IV SUSTENTARE & VII WIPIS**  
**WORKSHOP INTERNACIONAL**  
**Sustentabilidade, Indicadores e Gestão de Recursos Hídricos**  
 de 16 a 18 de novembro de 2022

EVENTO GRATUITO TOTALMENTE ONLINE

Realização: SUSTENTARE PUC-CAMPINAS

WIPIS

Apoio: Agência das Bacias PCJ

COMITÊS PCJ

função é tornar públicas a responsabilidade e a preocupação da empresa em relação às pessoas e à vida na Terra, de maneira a criar vínculos com a sociedade”. Segundo o autor, “os relatórios de sustentabilidade são a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, econômico e ambiental das organizações corporativas”. Porém, é importante mencionar que nas pequenas e médias empresas as comunicações ocorrem por meio do portal institucional e de outras ferramentas comunicacionais.

A adoção de práticas empresariais sustentáveis tem se mostrado uma exigência nos tempos atuais, sendo visualizada como uma condição crucial para a construção de um mundo mais justo para sociedade civil e mais favorável para o meio ambiente. Por essas razões, o estudo do desenvolvimento sustentável da malha empresarial tem atraído o interesse de diversos *policy makers* e acadêmicos (GUZIANA; DOBERS, 2013).

Diante deste contexto, muitas empresas estão cada vez mais cientes de que suas atividades acarretam impactos significativos ao meio ambiente, bem como ao bem-estar das sociedades e à manutenção da vida das futuras gerações (MORAIS NETO; PEREIRA; MORITZ, 2012, p. 151), sendo necessário um compromisso frente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

No entanto, para que a atividade empresarial tenha condições de abranger estas preocupações, próprias do período pós-industrial, é necessário que a Academia disponibilize estudos, à luz do método científico, que permitam a introdução de novos conceitos e, com isso, o bem-estar não só de uma organização, mas sim, de toda a sociedade.

Com base no exposto, o trabalho parte da seguinte questão de pesquisa: Como demonstrar responsabilidade socioambiental corporativa e promover um alinhamento das estratégias empresariais em prol da contribuição aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável?

O objetivo do presente estudo, portanto, é discutir sobre o alinhamento das estratégias empresariais ao desenvolvimento sustentável, buscando firmar a responsabilidade socioambiental corporativa e, assim, colaborar com os ODS propostos pela Organização das Nações Unidas.

A importância deste artigo teórico é justificada pela baixa produção de estudos nessa importante área do conhecimento e que afeta toda a sociedade. Assim, essa escassez emerge, neste trabalho, como um desafio, sendo necessário seu enfrentamento.

## 2. Fundamentação teórica

### 2.1 Responsabilidade socioambiental

Este trabalho adota o conceito de responsabilidade socioambiental como o compromisso e/ou compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente o meio ambiente e todos os seus *stakeholders*, ou seja, tanto o público externo quanto o interno. Conforme assinala Tenório (2011, p. 32), esta abordagem “é a mais atual do conceito e já existe certo consenso em relação à sua utilização”.

Desse modo, a responsabilidade socioambiental é entendida como o relacionamento ético da empresa com todos os grupos de interesse que influenciam ou são impactados pela atua-

ção da mesma, assim como o respeito ao meio ambiente e investimento em ações sociais (CARBALLO-PENELA; CASTROMÁN-DIZ, 2015). Compreende uma expansão e evolução do conceito de empresa para além do seu ambiente interno. Neste caso, como a empresa está inserida na sociedade, pode-se vislumbrar uma relação de interdependência entre ambas (SILVEIRA; PETRINI, 2018). No âmbito comunitário esta responsabilidade se traduz na prática de ações concretas que tragam benefícios à sociedade, e devolvam, criem ou recriem as condições necessárias para o desenvolvimento crescente da cidadania.

Entretanto, como observa Ventura (2009), o fenômeno da responsabilidade socioambiental é parte de um movimento de deslocamento do capitalismo, uma realidade socialmente construída com objetivos precisos, embora não arquitetado pelos atores sociais individualmente. Trata-se de uma resposta empresarial à necessidade de realimentar o “espírito do capitalismo”, que é a ideologia que mobiliza as pessoas para se inserirem e se manterem no sistema capitalista, além das dimensões materiais. Observa-se, portanto, que para que o “espírito do capitalismo” possa realmente mobilizar e agregar as pessoas em torno de si, é necessário incorporar uma dimensão moral às suas ações.

## 2.2 Responsabilidade socioambiental e estratégia empresarial

De acordo com Pena et al. (2007, p. 85), ao tratar a responsabilidade socioambiental como uma possível “vantagem competitiva”, tem-se presente a ideia de estratégia como posição, cujo principal interlocutor é Porter. Quando o motivo que inspira a responsabilidade socioambiental é a “orientação da empresa matriz”, por causa de seus “objetivos estratégicos”, ou a “visão estratégica de sobrevivência no longo prazo”, pode-se inferir que a responsabilidade socioambiental faça parte de um planejamento estratégico (estratégia como plano) voltado para o futuro. Quando se refere a uma atitude reativa da empresa, fica evidente que se trata de uma estratégia motivada pela percepção de ameaças e oportunidades do ambiente.

Como observam De Benedicto et al. (2013), embora existam empresas engajadas no processo de desenvolvimento socioambiental do país e na melhoria de condições da sociedade, não se pode afirmar que esta seja a motivação maior das ações de responsabilidade socioambiental.

Os motivos empresariais para o engajamento nas práticas da responsabilidade socioambiental mencionados acima, são aceitos tanto no Brasil quanto em outros países. Em diversas nações, pesquisadores (a exemplo de GALBREATH, 2009; HAHN, 2011; McMANUS, 2008) estudaram a responsabilidade socioambiental interconectando-a com os aspectos estratégicos das organizações, superando a vinculação da mesma apenas com aspectos puramente sociais. No Brasil, segundo diversos autores (a exemplo de FARIA; SAUERBRONN, 2008; FEDATO, 2005; FERRAZ, 2007; VENTURA, 2009) parece haver consenso - entre pesquisadores e entidades empresariais - que a responsabilidade social deve estar alinhada com a estratégia da empresa.

Silva Filho et al. (2021) asseguram que empresas percebidas pelo público como socioambientalmente responsáveis auferem maiores benefícios do que as que não o fazem. E estas são razões suficientes para que elas tenham políticas que expressem responsabilidades além

das exigências legais. Ou seja, a opção estratégica em prol de projetos/programas de responsabilidade socioambiental tem mostrado vantagem competitiva principalmente em termos de imagem institucional e, também, ganhos diretos e concretos, advindos da preferência de investidores por investimentos de menores riscos.

Entretanto, essa estratégia deveria ter em vista um benefício recíproco, ou seja, tanto da empresa quanto da sociedade (BECKMANN; HIELSCHER; PIES, 2014). Do lado da empresa, para que a responsabilidade socioambiental contribua ou faça parte da estratégia organizacional é necessário, dentre outros fatores, que haja geração de valor ou vantagem competitiva. Porter (1990) define vantagem competitiva como um benefício significativo adquirido pela empresa em relação à concorrência que impactará positivamente na sua sobrevivência e prosperidade. Sendo assim, a responsabilidade socioambiental deveria ser traduzida em ações geradoras de benefícios além da concorrência, tais como satisfação do consumidor, melhores resultados financeiros, aumento da fatia do mercado e a construção de uma imagem mais positiva da empresa (empresa socioambientalmente responsável ou empresa cidadã). Entretanto, deve-se ter cuidado especial, pois como afirmam Silva Filho et al. (2020), as ações de caráter socioambiental não necessariamente devem se restringir a resultados financeiros positivos, ou crescimento em relação à concorrência, ou então com finalidades de melhoria da imagem da empresa, mas sim, à melhoria da condição de vida da sociedade e o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Ou seja, como afirma Arendt (2004, p. 225) “nenhum padrão moral, individual, pessoal de conduta será capaz de nos escusar da responsabilidade coletiva”.

Segundo Kramer (2007), por um lado, o Estado deve ter um protagonismo nas questões sociais e ambientais. Por outro lado, as empresas também devem adotar práticas socioambientalmente responsáveis tanto para ganharem vantagem competitiva frente à concorrência, quanto para criarem um conjunto de padrões internacionais que coletivamente se projetam acima das obrigações socioambientais impostas por qualquer governo. Segundo o autor, os cidadãos-consumidores obrigam as empresas a repensarem sua atuação na comunidade. Ainda que os governos sejam necessários para resolver a maioria dos problemas sociais e para promover políticas educacionais, de saúde pública e meio ambiente, é impossível descolar as preferências de consumo das pessoas e das empresas.

Diante desse contexto, a Criação de Valor Compartilhado (CVC) inova o pensamento moderno tradicional, de maneira a ampliar os conceitos comuns à responsabilidade social corporativa, na qual ela tem origem (MEDEIROS et al., 2016). Segundo Silva (2021) o conceito de Criação de Valor Compartilhado propõe que as empresas podem obter vantagem competitiva e gerar bons lucros ao passo que ajudam a sociedade a superar os desafios da pobreza, da educação, da nutrição, da energia limpa e afins, evidenciando que a perenidade dos negócios também depende da maneira como as organizações se projetam em pautas que extrapolam seus assuntos de interesse exclusivamente interno.

Uma coisa é certa: a sustentabilidade não deve ser entendida pelos setores empresariais apenas como uma oportunidade para aumentarem a lucratividade de seus negócios. Nesse sentido, Mello e Toni (2013) afirmam que a eficiência no uso de recursos naturais, a diminuição da emissão de gases do efeito estufa, a diversificação da produção agrícola, a valorização

**IV SUSTENTARE & VII WIPIS**  
**WORKSHOP INTERNACIONAL**  
**Sustentabilidade, Indicadores e Gestão de Recursos Hídricos**  
 de 16 a 18 de novembro de 2022

EVENTO GRATUITO TOTALMENTE ONLINE

Realização: SUSTENTARE PUC-CAMPINAS WIPIS IBC-UFPA

Apoio: Agência das Bacias PCJ COMITÊS PCJ

dos sistemas de produção que mantêm a floresta em pé, a preservação dos rios e da biodiversidade podem se tornar a chave da nossa competitividade econômica e da justiça social no futuro próximo.

Segundo Dias e Marques (2017, p. 83) as organizações podem atender aos clamores dos cidadãos e às demandas sociais de seus *stakeholders*, a fim de contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma região ou do país. As organizações, por serem parte importante do corpo da sociedade e, ao mesmo tempo, por serem dotadas de “forças e recursos maiores que os indivíduos separadamente, conseguem contribuir para um resultado positivo mais amplo frente às problemáticas ambientais, sociais e econômicas num determinado contexto”.

### 2.3 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Em 2015 a Cúpula das Nações Unidas Sobre o Desenvolvimento Sustentável (*United Nations System Staff College, Knowledge Center For Sustainable Development*) criou a Agenda 2030, apoiada por 193 países membros, firmando um compromisso rumo a um novo mundo. Essa agenda é resultado do constante trabalho da ONU por mais de 40 anos, desde a Conferência das Nações Unidas Sobre o Meio Ambiente Humano, que ocorreu em 1972. A Agenda 2030 estabeleceu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas ligadas a eles, a serem alcançados entre os anos 2016 e 2030.

Governos, Organizações da Sociedade Civil e empresas estabeleceram prioridades para combater condutas danosas ao planeta e passaram a destinar atenção e recursos aos modelos para a redução de impactos negativos no ecossistema, tendo as pessoas como centro de suas atividades (SILVA, 2021). A Figura 1 apresenta os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela Agenda 2030.



Figura 1: Ícones dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)



Fonte: Nações Unidas Brasil (2015).

A lista dos 17 objetivos da Agenda 2030 se encontra a seguir (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2015).

1. Erradicação da pobreza; 2. Fome zero e agricultura sustentável; 3. Saúde e bem estar; 4. Educação de qualidade; 5. Igualdade de gênero; 6. Água potável e saneamento; 7. Energia limpa e acessível; 8. Trabalho decente e crescimento econômico; 9. Indústria, inovação e infraestrutura; 10. Redução das desigualdades; 11. Cidades e comunidades sustentáveis; 12. Consumo e produção responsáveis; 13. Ação contra a mudança global do clima; 14. Vida na água; 15. Vida terrestre; 16. Paz, justiça e instituições eficazes; 17. Parcerias e meios de implementação.

Os ODS são representações de soluções para problemas econômicos, sociais e ambientais encontrados na sociedade. “O reconhecimento dos limites da Terra é um novo componente-chave da conceituação do desenvolvimento sustentável que dá forma aos ODS, nos quais os aspectos sociais, ambientais e econômicos são abordados de forma integrada e indivisível” (MELO; LIRA, FONTGALLAND, 2020, p. 3).

Ao longo do processo de desenvolvimento econômico e social ocorreram diversos danos ao meio ambiente e à sociedade. Por isso, os ODS representam esses grandes problemas que necessitam de uma solução para o bem estar geral do planeta, da flora, fauna e da população.

Segundo o Relatório Social Mundial 2020 da ONU, os ODS 1 e 10 - que tratam sobre a pobreza e a desigualdade - abordam os problemas que causam danos às pessoas nessas situações. Porém, o relatório enfatiza que os mesmos problemas também causam instabilidade política e diminuem o crescimento econômico dos países. O relatório ainda demonstra como

**IV SUSTENTARE & VII WIPIS**  
**WORKSHOP INTERNACIONAL**  
**Sustentabilidade, Indicadores e Gestão de Recursos Hídricos**  
 de 16 a 18 de novembro de 2022

EVENTO GRATUITO TOTALMENTE ONLINE

Realização: SUSTENTARE PUD-CAMPINAS

WIPIS IBC-UFOP

Apoio: Agência das Bacias PCJ

COMITÊS PCJ

outras questões abordadas nos ODS também afetam a desigualdade e a pobreza, sendo elas mudanças climáticas, urbanização e inovações tecnológicas. (INSTITUTO ETHOS, 2020). Verifica-se, dessa forma, a existência de relações entre a os ODS e os aspectos econômicos.

Além disso, os ODS tratam de problemas que foram agravados com o grande avanço do pensamento capitalista e com as Revoluções Industriais que, até hoje, fazem a economia caminhar da mesma maneira, buscando produções mais rápidas para produzir o máximo de produtos em determinado período de tempo. Com isso, surgiram diversas práticas e maquinários que influenciaram no agravamento ou surgimento desses problemas, como por exemplo, a energia gerada a partir da queima de carvão ou combustíveis fósseis, uma agricultura voltada para grandes monoculturas e utilização de pesticidas e agrotóxicos, descarte de resíduos nocivos em rios e mares, consumo muito elevado gerando desperdícios, etc. (MACRI; OLIVEIRA; FONTGALLAND, 2021).

Sendo assim, os agentes devem visualizar que, com esses problemas se intensificando, podem haver danos aos sistemas econômicos, assim como tratado no Relatório Social Mundial 2020 da ONU sobre a pobreza. Para o combate dessas questões, não somente os governos devem se comprometer em buscar soluções, mas a iniciativa privada e os consumidores também possuem uma grande importância nessa busca pela concretização dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (BARAIBAR-DIEZ; SOTORRIO, 2018).

A Agenda 2030 pautou-se em cinco áreas, em torno das quais orbitam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2015). Suas inter-relações se encontram estampadas na Figura 02.

Figura 02: Dimensões da sustentabilidade utilizadas pela Agenda 2030.



Fonte: Nações Unidas Brasil (2015).

Silva (2021) afirma que os ODS podem ser o primeiro passo para cativar pessoas e empresas que ainda não falam o “idioma” da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável. Por serem simplificados, mas não triviais, permitem a reflexão, a formulação de intervenções que possam gerar resultados importantes e a adesão a compromissos orientados para o desenvolvimento sustentável.

Ao tratar desse tema, Huaccho-Huatuco e Ball (2019, p. 361) apontam para a necessidade de se “desenvolver uma linguagem comum que seja entendida por acadêmicos, profissionais e formuladores de políticas públicas que permita que a sinergia de ideias seja significativa e progreda mais rapidamente” no sentido do desenvolvimento sustentável. Para facilitar a compreensão dos ODS, a ONU estipulou 231 indicadores. Com base nisso, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020) traduziu e contextualizou esse instrumento para o contexto nacional, criando os Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Segundo Silva (2021), a implementação da Agenda 2030 varia de acordo com a importância de cada ODS para cada país e com os setores predominantes da economia em questão. Nesse contexto, Huaccho-Huatuco e Ball (2019, p. 361) afirmam, por exemplo, que a “infraestrutura e inovação têm prioridade nos países em desenvolvimento, enquanto consumo e produção responsáveis têm prioridade nos países desenvolvidos”.

Segundo Silva (2021), a “Agenda 2030 reconhece que a atividade empresarial privada, o investimento e a inovação são os principais elementos impulsionadores da produtividade, do

desenvolvimento econômico inclusivo e da criação de empregos”. O autor destaca que “as empresas são fundamentais para o desenvolvimento sustentável não somente para seu financiamento”, mas também “por garantirem a capilaridade das ações, dada a forte predisposição do setor privado de estabelecer uma interlocução com colaboradores e com a comunidade”. Dessa forma, nos Objetivos e Metas da Agenda 2030 o termo empresa e seus derivados são mencionados diversas vezes. O Quadro 1 evidencia o papel fundamental da iniciativa privada para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

**Quadro 1: Referências ao âmbito empresarial nos Objetivos e Metas de Desenvolvimento Sustentável**

ÍCONE	DESCRIÇÃO DO ODS	META
<p><b>8</b> TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO</p>	Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos.	8.3 promover políticas orientadas para o desenvolvimento, que apoiem as atividades produtivas, a geração de emprego decente, o empreendedorismo, a criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.
<p><b>9</b> INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA</p>	Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.	9.3 aumentar o acesso das pequenas indústrias e outras empresas, particularmente em países em desenvolvimento, aos serviços financeiros, incluindo crédito acessível e propiciar sua integração em cadeias de valor e mercados.
<p><b>12</b> CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS</p>	Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.	12.6 incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações sobre sustentabilidade em seu ciclo de relatórios.
<p><b>17</b> PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO</p>	Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.	17.17 incentivar e promover parcerias públicas, público-privadas, privadas, e com a sociedade civil eficazes, a partir da experiência das estratégias de mobilização de recursos dessas parcerias.

Fonte: Elaborado por Silva (2021), com base em Nações Unidas (2015).

Dessa forma, a Agenda 2030 enfatiza a participação empresarial na promoção da “mudança de consumo e produção não sustentáveis”, “mobilização de recursos financeiros, bem como o reforço das capacidades e a transferência de tecnologias ambientalmente adequadas para os países em desenvolvimento em condições favoráveis”, “desenvolvimento internacional” e impulso “da produtividade, do crescimento econômico inclusivo e da criação de emprego” (SILVA, 2021).

Segundo Silva (2021, p. 53),

[...] apesar de a responsabilidade pelo cumprimento dos Objetivos Globais, sabidamente, recair sobre os Estados-membros, muitas das temáticas contidas neles envolvem desafios locais, necessitando uma governança multinível, que envolva a admi-

nistração pública em nível subnacional, empresas, Organizações da Sociedade Civil, Academia, fundações e institutos, movimentos sociais e os indivíduos sem organização formal, como voluntários, por exemplo. Com isso, advém a necessidade de se aplicar essa agenda global não somente em políticas públicas encabeçadas pelos entes governamentais, como também em ações empresariais e da sociedade civil.

Roma (2019, p. 39) endossa essa afirmação ao defender que o atingimento dos objetivos e metas da Agenda 2030 “requer um esforço coordenado não apenas ao nível das esferas governamentais, mas também da iniciativa privada, das ONGs e de toda a sociedade brasileira”, de maneira a permitir que o potencial dessa agenda global de induzir o desenvolvimento sustentável se concretize e provenham os benefícios almejados para a sociedade.

Tratando-se de ferramentas que internalizam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável à gestão empresarial, o *SDG Compass* (2015) apresenta cinco passos para auxiliar as empresas a alinharem suas estratégias com os ODS e a maximizarem o atingimento de todos os objetivos da Agenda 2030, conforme esquematizado na Figura 3.

**Figura 3: Etapas propostas pelo SDG Compass para implementação dos ODS**



Fonte: SDG Compass (2015).

Outro aspecto importante a ser mencionado, é o Pacto Global lançado em 2000 pelo então secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan. O Pacto Global é uma chamada para as empresas alinharem suas estratégias e operações a dez princípios universais, distribuídos nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção (Quadro 2) e desenvolverem ações que contribuam para o enfrentamento dos desafios da sociedade (SILVA, 2021).

**Quadro 2: Dez princípios universais do Pacto Global e suas respectivas categorias**

<b>Categoria</b>	<b>Princípios</b>
Princípios de Direitos Humanos	1. Respeitar e proteger os direitos humanos; 2. Impedir violações de direitos humanos;
Princípios de Direitos do Trabalho	3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho;

	4. Abolir o trabalho forçado;
	5. Abolir o trabalho infantil;
	6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho;
Princípios de Meio Ambiente	7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
	8. Promover a responsabilidade ambiental;
	9. Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente;
Princípio Contra a Corrupção	10. Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Fonte: Elaborado por Silva (2021), com base em Pacto Global (2019).

O Pacto Global é a maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo, com mais de 13 mil membros em quase 80 redes locais, que abrangem 160 países (PACTO GLOBAL, 2019). Praticamente 90% das empresas ligadas às redes do Pacto Global das Nações Unidas têm políticas que cobrem cada área dos Dez Princípios do Pacto Global, enquanto 81% atuam diretamente no apoio de ODS (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2019).

Ao fazerem parte do Pacto Global, as organizações se comprometem a seguir esses princípios em suas operações cotidianas, evidenciando que este empreendimento tem como escopo a alteração de práticas nocivas ao ambiente e à sociedade que eventualmente podem ser praticadas pelas empresas. Daí advém a necessidade de que as empresas optem por comunicar suas práticas de sustentabilidade por meio de relatórios de sustentabilidade, conferindo legitimidade a essas ações perante a sociedade. Dessa forma, há uma convocação dirigida às empresas que ainda não dispõem de ações de governança no que tange a agenda da sustentabilidade para que “acordem em tempo” de evitar uma catástrofe global (SILVA, 2021). Entende-se, então, que os relatórios de sustentabilidade são a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, econômico e ambiental das organizações corporativas.

Ademais, as organizações têm necessidades crescentes no que diz respeito à boa comunicação, ora para divulgar seus produtos, ora para fortalecer a imagem corporativa e firmar sua marca no mercado. Ao adotar estratégias de comunicação, as empresas transmitem aos seus respectivos públicos os seus valores, tal como a cultura organizacional, podendo influenciar na opinião dos *stakeholders* e fortalecer, tanto quanto possível, a credibilidade da marca para os mesmos (TEIXEIRA et al., 2017). Porém, é importante mencionar que nas pequenas e médias empresas as comunicações ocorrem por meio do portal institucional e de outras ferramentas comunicacionais. Entretanto, independente do porte da empresa, são necessárias ferramentas de comunicação adequadas para interagir com os *stakeholders* sobre seus compromissos frente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

### 3. Considerações finais

É evidente a necessidade, por parte das instituições, sejam estas públicas ou privadas, de se obter responsabilidade socioambiental como forma de vantagem competitiva, promovendo, desta maneira, um relacionamento ético das mesmas com todos os seus *stakeholders*, tal como o respeito ao meio ambiente e às ações que defendem o desenvolvimento sustentável. Nesse âmbito, a responsabilidade socioambiental se faz como parte essencial do planejamento estra-

tégico empresarial, pensando no longo prazo, onde é necessário o alinhamento das estratégias empresariais de forma a firmar tal responsabilidade.

É neste contexto que se evidencia que, em resposta à questão de pesquisa e objetivo levantados inicialmente neste estudo, para demonstrar responsabilidade socioambiental corporativa de forma a promover um alinhamento das estratégias empresariais em prol da contribuição aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, é necessário que as empresas optem por estratégias que envolvem projetos e programas de responsabilidade socioambiental, tendo a sustentabilidade como uma aliada a estas estratégias e, conseqüentemente, conquistado vantagem competitiva.

Como continuidade a este trabalho, sugere-se a elaboração de um artigo científico que promova um estudo em indústrias do segmento de embalagens na Região Metropolitana de Campinas, e que possua como objetivo identificar o grau de envolvimento das indústrias do segmento de embalagem da Região Metropolitana de Campinas (RMC) com a responsabilidade socioambiental, e discutir a efetividade das ferramentas comunicacionais utilizadas para se relacionar com os *stakeholders*, no que diz respeito aos seus compromissos frente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

#### 4. Referências bibliográficas

- ARENDDT, H. **As origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- BARAIBAR-DIEZ, E.; SOTORRIO, L. L. O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. **Revista Brasileira de Gestão e Negócios**, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 5-21, Mar. 2018. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i1.3600>
- BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento sustentável: das origens à Agenda 2030**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2020. v. 1. 258 p.
- BECKMANN, M.; HIELSCHER, S.; PIES, I. Commitment strategies for sustainability: how business firms can transform trade-offs into win-win outcomes. **Business Strategy and the Environment**, v. 23, n.1, p. 18-37, 2014. <http://dx.doi.org/10.1002/bse.1758>
- CARBALLO-PENELA, A.; CASTROMÁN-DIZ, J. L. Environmental policies for sustainable development: an analysis of the drivers of proactive environmental strategies in the service sector. **Business Strategy and the Environment**, v. 24, n. 8, p. 802-818, 2015. <http://dx.doi.org/10.1002/bse.1847>.
- DE BENEDICTO, S. C. et al. Responsabilidade social e estratégia em instituições financeiras públicas e privadas. **Contextus**, Fortaleza, v. 11, p. 87-103, 2013. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/7485>. Acesso em: 17 out. 2022.
- DE NUCCIO, S. S.; DE BENEDICTO, S. C. A responsabilidade socioambiental em empresa multinacional do segmento de embalagem. In: SEMINÁRIO DE SUSTENTABILIDADE DA PUC-CAMPINAS, 1., 2019, Campinas-SP. **Anais....**, Campinas-SP: SUSTENTARE, 2019.
- DIAS, L. S.; MARQUES, M. D. Organizações e sustentabilidade: aproximações, cooperação e distanciamentos. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 15, n.1, p. 73-85, 2017. <https://doi.org/10.21714/1679-18272017v15n1.p73-85>



**IV SUSTENTARE & VII WIPIS**  
**WORKSHOP INTERNACIONAL**  
**Sustentabilidade, Indicadores e Gestão de Recursos Hídricos**  
 de 16 a 18 de novembro de 2022

EVENTO GRATUITO TOTALMENTE ONLINE

Realização: SUSTENTARE PUC-CAMPINAS

WIPIS

Apoio: Agência das Bacias PCJ

COMITÊS PCJ

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A Responsabilidade Social é uma Questão de Estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 1, p. 07-33, jan./fev. 2008. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000100002>

FEDATO, M. C. L. **Responsabilidade social corporativa: benefício social ou vantagem comparativa?** 2005. 142 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

FEIL, A. A.; STRASBURG, V. J.; NAIME, R. H. Análise sobre as normas e dos indicadores de sustentabilidade e a sua integração para gestão corporativa. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 3, n. 2, p. 21-36, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/16349>. Acesso em: 27 fev. 2022.

FERRAZ, A. C. S. L. **A responsabilidade social como estratégia empresarial de desenvolvimento.** 2007. 187 p. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade de Marília, Marília, 2007.

GALBREATH, J. Building corporate social responsibility into strategy. **European Business Review**, v. 21, n. 2, p.109-127, 2009. <https://doi.org/10.1108/09555340910940123>

GUZIANA, B.; DOBERS, P. How sustainability leaders communicate corporate activities of sustainable development. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 20, n. 4, 193-204, 2013. <http://dx.doi.org/10.1002/csr.1292>.

HAHN, R. Integrating corporate responsibility and sustainable development. **Journal of Global Responsibility**, v. 2, n. 1, p. 8-22, 2011. <https://doi.org/10.1108/20412561111128492>

HUACCHO-HUATUCO, L.; BALL, P. D. The quest for achieving United Nations sustainability development goals (SDGs) Infrastructure and innovation for responsible production and consumption. **RAUSP Management Journal**, São Paulo, v. 54, n. 3, p. 357-362, set. 2019. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-04-2019-0068>

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** 2020. Disponível em: <https://odsbrasil.gov.br/>. Acesso em: 24 fev. 2022.

INSTITUTO ETHOS. **Desigualdade fecha as portas para avanço econômico e social no mundo.** 2020. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/desigualdade-fecha-as-portas-para-avanco-economico-e-social-no-mundo/>. Acesso em: 26 jan. 2022.

KRAMER, M. R. Why Robert Reich Is Wrong About Corporate Social Responsibility. **Harvard Business Review**, Set. 2007. Disponível em: <https://hbr.org/2007/09/why-robert-reich-is-wrong-abou>. Acesso em: 26 jan. 2022.

LARUCCIA, M. M. Sustainability strategies: when does it pay to be green? **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 16, n. 1, p. 172-174, 2012. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552012000100011>.

McMANUS, T. The business strategy/corporate social responsibility “mash-up”. **Journal of Management Development**, v. 27, n. 10, p. 1066-1085, 2008. <https://doi.org/10.1108/02621710810916312>

MEDEIROS, H. S. et al. Criação de valor compartilhado: um novo olhar sobre as organizações?. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 7, n. 1, p. 217-229, 2016. <https://doi.org/10.6008/SPC2179-684X.2016.001.0015>

MELO, L. S. A.; LIRA, J. O. L.; FONTGALLAND, I. L. Economia e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Mapeamento da Produção Científica Internacional. In: Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 22., 2020, São Paulo. **Anais...**, São Paulo: Engema, 2020.

MELLO, F.; TONI, A. **Sustentabilidade do Desenvolvimento no Brasil pós-Rio+20**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Brasil, 2013. Disponível em: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/10454.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2022.

MORAIS NETO, S.; PEREIRA, M. F.; MORITZ, G. O. Novo capitalismo: Criação de valor compartilhado e responsabilidade social empresarial. **Revista Pretexto**, v. 13, n.3, p. 72-91, 2012. <https://doi.org/10.21714/pretexto.v13i3.1260>

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. **Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável**. 2015. Disponível em: <http://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Apenas 32% das empresas do mundo têm planos ambiciosos para atingir objetivos globais**. 2019. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/apenas-32-das-empresas-do-mundo-tem-planos-ambiciosos-para-atingir-objetivos-globais/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

OLIVEIRA, L. R. et al., 2012. Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. **Produção**, v. 22, n. 1, p. 70-82, jan./fev. 2012. <https://doi.org/10.1590/S0103-65132011005000062>

OLIVEIRA, V. C.; OLIVEIRA, D. C. A semântica do eufemismo: mineração e tragédia em Brumadinho. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 13, n. 1, mar. 2019. <https://doi.org/10.29397/reciis.v13i1.1783>

PACTO GLOBAL. **Como difundir os ODS dentro de sua organização?**. 2019. Disponível em: <https://pactoglobal.org.br/noticia/285>. Acesso em: 22 fev. 2022.

PENA, R. P. M. et al. Responsabilidade social empresarial e estratégia. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 14, n. 40, p. 81-98, janeiro/março 2007. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302007000100005>

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

1.1.1.1 ROMA, Júlio César. Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e sua transição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 71, n. 1, p. 33-39, jan. 2019. <http://dx.doi.org/10.21800/2317-66602019000100011>

SDG COMPASS. 2015. Disponível em: <https://sdgcompass.org/>. Acesso em: 24 fev. 2022.

SILVA, L. H. V. **Aplicação e impactos dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável em grandes empresas privadas do setor industrial no Brasil**. 2021. 157 f. Dissertação (Mestrado em Sustentabilidade) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC-Campinas, Campinas, 2021.

SILVA FILHO, C. F. et al. Análise das ações de responsabilidade social nos setores metalúrgico e de mineração no Brasil. **RAD**, São Paulo, v. 23, n. 2, p. 27-41, 2021. <https://doi.org/10.23925/2178-0080.2021v23i2.49160>

SILVA FILHO, C. F. et al. Social Responsibility in the Food and Beverage Industry in Brazil. **International Journal for Innovation Education and Research**, v. 8, n. 7, p. 263–278, 2020.

SILVA FILHO, C. F. et al. Corporate Social Responsibility of Pharmaceutical Industry in Brazil. **International Journal of Humanities and Social Science**, v. 9, p. 40-50, 2019.

SILVEIRA, L. L. et al. Sustentabilidade empresarial estratégica: estudo de fatores críticos de sucesso. In: III SUSTENTARE e VI WIPIS, 2022, Campinas, São Carlos. **Anais...**, Campinas, São Carlos: Sustentare/WIPIS, 2021.

SILVEIRA, L. M.; PETRINI, M. Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social Corporativa: uma análise bibliométrica da produção científica internacional. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 25, n. 1, p. 56-67, 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/0104-530X3173-16>.

TEIXEIRA, E. O. et al. A importância da comunicação entre os stakeholders: práticas empresariais. **E-Faceq: Revista dos Discentes da Faculdade Eça de Queirós, Jandira**, v. 9, n. 6, p. 1-13, maio 2017. Disponível em: [http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170605113408.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170605113408.pdf). Acesso em: 04 mar. 2022.

TENÓRIO, F. G. (Org.). **Responsabilidade social: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

VENTURA, E. C. **Responsabilidade social em instituições financeiras**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.