

# RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

## Fazer o bem dá frutos

Por Rafaela Cristina da Silva  
e Aline Vitti

As propriedades rurais, assim como as empresas urbanas, são partes da sociedade em que estão inseridas e têm como responsabilidade observar os impactos que geram, como alterações no bem-estar humano e no meio ambiente. Ao atuar de forma socialmente responsável, a hortifruticultura contribui para o desenvolvimento sustentável da sociedade, evitando problemas futuros causados, por exemplo, por agressões ao ambiente.

A sustentabilidade de sua atividade no longo prazo depende dessa integração entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais da sociedade, devendo ser atribuídos pesos iguais para esses três itens. Se um deles estiver enfraquecido, não haverá equilíbrio sustentável em nenhuma das partes.

Uma sociedade cujas condições são melhores tem força de trabalho mais capacitada, maior poder de consumo e meio ambiente preservado. Ou seja, todos ganham. O produtor que adota práticas para o desenvolvimento sustentável garante vários benefícios aos habitantes da região, à sua própria área agrícola e ao seu negócio, como aumento da qualidade de vida, conservação dos recursos naturais e a melhoria da sua imagem e do setor como um todo perante a sociedade.

Construir esse cenário é um grande desafio. Os hortifruticultores deverão avaliar qual é o seu papel na sociedade em busca de um futuro melhor, gerenciar os recursos naturais e humanos de forma mais responsável dentro da sua propriedade, garantir a segurança do

alimento aos seus consumidores e apoiar o bem-estar da sua comunidade local.

A exigência por empresas socialmente responsáveis é cada vez maior, prioritariamente sobre as que atuam em escala global. As empresas hortifrutícolas ainda recebem pouca pressão da sociedade em geral, principalmente da brasileira. No caso específico das frutas, a maior cobrança vem do mercado externo. Hoje, muitas redes européias de supermercados já não se satisfazem em exigir uma fruta com algum selo de alimento seguro (PIF, Eurepgap ou Tesco), elas estão preocupadas se a empresa hortifrutícola mantém programas e ações de educação ambiental, ajuda os filhos dos seus funcionários, emprega grupos minoritários da sociedade e participa da comunidade local.

Apesar de essas ações gerarem custos para a empresa, elas devem ser encaradas como investimento de longo prazo porque são formas de garantir o desenvolvimento sustentável da hortifruticultura brasileira. É importante que o setor se conscientize que o conceito de empresas rurais socialmente responsáveis veio para ficar e é uma evolução dos desafios que o setor já está enfrentando atualmente por exigência do mercado – preços competitivos, qualidade e segurança do alimento. A **Hortifrutí Brasil**, nesta edição, contribui para a discussão deste conceito e apresenta exemplos de ações de responsabilidade social empresarial. Por último, são avaliadas algumas ações dos hortifruticultores que declararam ser “empresários socialmente responsáveis”.

## Como uma empresa pode se tornar socialmente responsável

Antes de olhar os caminhos que uma empresa deve seguir para se tornar socialmente responsável, é importante entender melhor esse conceito, visto que ele é novo e há diversas definições. Esse termo começou a ser difundido no Brasil a partir de 1990, quando as Organizações Não-Governamentais (ONGs) ampliaram a busca de soluções para as desigualdades sociais do País. Não se pode, no entanto, confundir responsabilidade social empresarial com filantropia. Segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a empresa pratica filantropia quando as suas ações estão voltadas apenas para o ambiente externo da empresa, tendo como beneficiária principal a comunidade em suas diversas formas e organizações. Já a responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona. Refere-se também ao estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

### Entende-se por responsabilidade social, ações que a empresa pratica além da sua obrigação legal

Outra discussão é se a empresa que cumpre toda a legislação vigente no País já não se enquadraria como socialmente responsável, tendo em vista que as leis, por si só, deveriam garantir um futuro melhor para a sociedade. No entanto, de acordo com o Instituto Ethos, entidade reconhecida internacionalmente e idealizada por empresários do setor privado, que tem como associados as principais empresas do País, entende-se por responsabilidade social, ações que a empresa pratica além da sua obrigação legal.

Atualmente, outro aspecto que passou a ser considerado foi o de responsabilidade social empresarial em cadeia, no qual todos os elos entre os processos de produção e a comercialização final – fornecedor de insumos, produtor, corretor, beneficiador, atacadista, supermercadista – devem realizar práticas socialmente responsáveis. Isso significa que não adianta o produtor ter atitudes responsáveis se o seu fornecedor ou comprador do seu produto não as adota. Assim, é importante selecionar parceiros e clientes que também compartilham de ações socialmente responsáveis. Nessa perspectiva, todos os vértices da cadeia atuam com um valor comum: o de que suas ações são importantes para garantir um futuro melhor para a sociedade em geral.

O consumidor também é muito importante nesse contexto de responsabilidade social em cadeia porque ele tem o papel de valorizar as empresas socialmente responsáveis e de penalizar as não responsáveis: adquirindo produtos de empresas preocupadas com o futuro da sociedade. Atualmente, não há um protocolo que exclua uma empresa que não é socialmente responsável. Na maioria das vezes, os institutos que avaliam as empresas, que trabalham com esse conceito fazem uma consideração geral das suas ações e atribuem uma nota/índice menor ou maior de responsabilidade social.

Há várias organizações que auxiliam as empresas que desejam se enquadrar no conceito de responsabilidade social. Uma delas é o Instituto Ethos, que serviu de apoio para a **Hortifruti Brasil** entender o conceito de responsabilidade social nesta edição, bem como o passo a passo para sua adoção.

Segundo o Instituto, para uma empresa tornar-se socialmente responsável, ela deve agir de forma ética e ter atitudes que preservem insumos básicos para a produção: o homem e o meio ambiente. Os públicos-alvos das ações são: funcionário, meio ambiente, fornecedor, consumidor, comunidade – em que a empresa está inserida – governo e sociedade em geral.

# Passo a passo da responsabilidade social empresarial

Diretrizes e exemplos de ações práticas que podem orientar as empresas hortifrutícolas a se tornarem socialmente responsáveis:

“Produzir uvas com alto padrão de qualidade e práticas socialmente e ecologicamente corretas, para servir bem o maior número de consumidores, garantindo sustentabilidade à empresa e seus colaboradores”.

**Grupo Labrunier,  
produtora/exportadora  
de frutas no Nordeste**

## 1º Adote valores e trabalhe com transparência:

O passo inicial para se tornar uma empresa socialmente responsável é avaliar os seus valores éticos e transmitir isso ao público com o qual se relaciona através de um documento formal. Além disso, a empresa tem que praticar o que ela se propõe e agir da forma mais transparente possível. Isso pode ajudar também a desenvolver relações comerciais mais sólidas, reduzir o número de processos legais e assegurar o cumprimento das leis.

### Ações práticas:

- Crie e divulgue a missão da sua empresa, para identificar suas metas e aspirações. É importante incluir na sua missão não só aspirações como ser a melhor empresa do ramo, mas informar a todos qual é o papel que sua empresa quer desempenhar na sociedade.

- A empresa deve criar um documento formal e de ampla divulgação a respeito da sua ética de relacionamento com clientes, colaboradores, parceiros e a comunidade. É importante incluir neste documento princípios como honestidade, justiça, respeito ao próximo, integridade, lealdade e solidariedade.

## 2º Valorize empregados e colaboradores:

É prioritário que a empresa cumpra as leis trabalhistas. Mas, essa obrigação não vai resultar em um diferencial para o seu empregado. É importante ir mais além. “Empresas que valorizam seus funcionários valorizam, na verdade, a si mesmas”, segundo o Instituto Ethos.

### Ações práticas:

- É importante ter um canal de comunicação aberto com os funcionários. Crie um ambiente de trabalho que incentive os funcionários a trazer novas idéias e opiniões sobre a empresa. Valorize também um ambiente de trabalho adequado e higiênico.
- Contrate e promova pessoas com experiências e perspectivas diferentes. Além disso, diversifique na seleção de funcionários. Inclua no quadro de funcionários grupos minoritários, como portadores de deficiência, ex-detentos, afrodescendentes e pessoas com mais de 45 anos.
- Ofereça treinamento e incentive e recompense o desenvolvimento de talentos.
- Estabeleça diretriz contra o abuso sexual.
- Informe aos funcionários o desempenho da empresa. Crie um programa

de participação nos lucros.

- Evite demissões. Antes de demitir um funcionário identifique outras alternativas. Mas, quando necessário, reduza o pessoal com dignidade e crie programas de recolocação e requalificação profissional.
- Preserve a saúde e o bem-estar dos funcionários e dos seus familiares. Planos de saúde, estímulo a práticas esportivas e programas de combate ao fumo e ajuda a dependentes químicos são algumas iniciativas.
- Apóie a educação dos empregados e seus familiares. Crie programas de alfabetização, qualificação e ajude colocar os filhos de seus funcionários na escola.

## 3º Faça sempre mais pelo meio ambiente:

O produtor deve se informar e cumprir toda a legislação ambiental, com destaque na questão do uso da água (ortoga), na proteção de matas ciliares e na reserva legal. No entanto, é necessário ir mais além do que suas obrigações. De um modo geral, não só a sociedade se beneficia com essas atitudes, mas a própria empresa rural que depende dos recursos naturais como insumo básico para a sua sobrevivência.

### Ações práticas:

- Estabeleça compromissos e padrões ambientais para sua empresa que incluam metas formais, além de um

**Fonte:** Adaptação das sete diretrizes apontadas no texto “Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas – Passo a passo”, elaborado pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Texto na íntegra disponível no link [http://www.uniethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/responsabilidade\\_micro\\_empresas\\_passo.pdf](http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf). As ações práticas foram adaptadas da monografia de Juliana Velloso Durão, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, intitulada “Perfil e Panorama Atual de Responsabilidade Social Empresarial: Uma análise da indústria paulista”, publicada em setembro de 2004.

monitoramento periódico sobre o impacto do seu empreendimento sobre o meio ambiente.

- Motive os funcionários a preservar a natureza através de programas de educação ambiental.
- Evite produtos que gerem resíduos ao meio ambiente.
- Estabeleça uma política ecológica de compras.
- Reduza o uso de produtos tóxicos e promova o descarte seguro de substâncias tóxicas.
- Ações simples dentro da própria empresa e na comunidade local podem repercutir num resultado positivo ambiental: coleta seletiva do lixo (reciclando o que for possível), plantio árvores e o incentivo a economia de água, papel e energia.

#### 4º Envolver parceiros e fornecedores:

É importante incentivar os seus parceiros e fornecedores a se tornarem empresas socialmente responsáveis. Dê preferência a trabalhar com empresas que tenham os mesmos valores éticos e ações sociais semelhantes as suas.

#### Ações práticas:

- Exija o cumprimento da legislação trabalhista, ambiental, previdenciária e fiscal. Isso poderá estar discriminado no contrato comercial entre sua empresa e o parceiro/fornecedor.

• O parceiro/fornecedor não pode contratar crianças e nem utilizar práticas de discriminação ética, sexual, religiosa ou física no ambiente de trabalho.

- Exija uma conduta de concorrência legal, sem práticas que são consideradas abuso de poder econômico.
- Convide o fornecedor/parceiro para se engajar em ações sociais em conjunto com o seu empreendimento.

#### 5º Proteja clientes e consumidores:

Outro passo é adotar técnicas de produção integrada e se possível possuir alguma certificação de alimento seguro como a Produção Integrada de Frutas (PIF). É importante ter a certeza que esse produto que saiu da sua origem de produção não sofra nenhuma contaminação ou qualquer outro processo até o seu destino final que possa apresentar risco a saúde e a imagem da sua empresa junto ao consumidor. Além disso, é importante tentar entender as necessidades do consumidor e satisfazê-las.

#### Ações práticas:

- Ouça as manifestações e realize pesquisas de opinião entre os clientes.
- Procure oportunidades comerciais alternativas, como atender nichos de mercado: orgânicos e produtos certificados através do *Fair Trade* (Comércio Justo).
- Promova o uso de seu produto com segurança e responsabilidade.
- Ofereça informações específicas, corretas e justas do seu produto.
- Proíba o uso de técnicas comerciais antiéticas.

#### 6º Promova a comunidade:

É importante à empresa identificar os problemas da comunidade e tentar

uma solução em conjunto. As ações da empresa na sua comunidade são a principal referência da sua preocupação com a sociedade já que são pessoas que não estão diretamente ligadas ao seu empreendimento e ao resultado financeiro, como os públicos citados anteriormente.

#### Ações práticas:

- Ofereça apoio às escolas locais e crie programas com uma escola para oferecer estágio.
- Contrate serviços oferecidos por organizações comunitárias ou fornecedores locais.
- Ofereça seu conhecimento e experiência, e incentive também os seus funcionários a se tornarem voluntários, para engajar em algum projeto comunitário. Um exemplo é implantar uma horta comunitária.
- Faça doações ou empréstimos de equipamentos da sua empresa, ou espaço, para projetos comunitários.

#### 7º Comprometa-se com o bem comum:

As diretrizes anteriores já demonstram ações para melhorias do bem comum. Mas, é importante que o empresário se comprometa em ações que não são simplesmente ações de *marketing* para diferenciar o seu produto junto ao consumidor final. É importante que o empresário faça ações que decisivamente contribua para o desenvolvimento de sua região e do País.



## Atitudes socialmente responsáveis na hortifruticultura

Para completar a discussão a respeito de responsabilidade social empresarial, em janeiro, a **Hortifruti Brasil** conversou sobre esse tema com 120 produtores e exportadores, proprietários de empresas dos setores de banana, batata, cebola, citros, mamão, manga, melão, tomate e uva. Oitenta e oito entrevistados têm algum tipo de conhecimento sobre o assunto, sendo que 81 deles declararam realizar atividades socialmente responsáveis em suas propriedades.

### Dentre os públicos-alvos das ações socialmente responsáveis do setor hortifrutícola, funcionários e meio ambiente são os que recebem mais atenção

Dentre os públicos-alvos das ações socialmente responsáveis do setor, funcionários e meio ambiente são os que recebem mais atenção. Ao realizar essas ações, o produtor já está a caminho de uma gestão socialmente responsável, de acordo com as diretrizes básicas mencionadas anteriormente. Entretanto, os produtores hortifrutícolas, com base na amostra dos entrevistados, ainda não dão a mesma importância para ações responsáveis para outros públicos: comunidade local, consumidor e fornecedores/parceiros. Além disso, as suas ações estão centradas em respeitar os protocolos da Produção Integrada e a legislação ambiental e trabalhistas, prioritariamente. Mesmo quando se trata das ações voltadas à comunidade local, as suas atividades não refletem em atitudes que decisivamente podem contribuir para o desenvolvimento sustentável da comunidade. A grande maioria faz doação de alimentos e colabora com entidades assistenciais. Mas, é importante ter um foco menos assistencialista com a comunidade local e uma atitude mais ativa: criar projetos que gerem oportunidades de uma melhoria de qualida-

## Foco das ações de responsabilidade social nas empresas hortifrutícolas

### 1º FUNCIONÁRIO E MEIO AMBIENTE

#### FUNCIONÁRIO

Carteira registrada, moradia, assistência médica, churrasco, treinamentos, locais apropriados para refeitórios e sanitários, incentivo à educação, seguro de vida, plano de saúde, fornecimento de equipamentos de proteção individual (EPIs), bonificação para os funcionários e divisão de lucros, programas de prevenção a acidentes, transporte, previdência privada.

#### MEIO AMBIENTE

Proteção à Reserva Legal (RL) e à Área de Preservação Permanente (APP), devolução das embalagens e descarte de lixo agrário em lugares pré-definidos, economia no uso da água com irrigação em gotejamento, proteção de nascentes, uso racional de defensivos agrícolas, respeito às normas do Ibama, reflorestamento e proteção de mananciais, obtenção de outorga para o uso da água de rio, controle dos produtos químicos para que não agridam o meio ambiente, controle biológico de pragas, proibição de caça e pesca, incentivo ao uso de combustíveis renováveis, respeito à lei orgânica e municipal da região, parceria com ONGs que fornecem mudas para reflorestamento.

Fonte: Hortifruti Brasil/Cepea.

Pesquisa feita com 120 leitores da Hortifruti Brasil, dos quais 81 declararam realizar ações socialmente responsáveis.

Ranking das ações/públicos-alvos mais citadas pelos entrevistados.

de de vida dos moradores locais, como a melhoria da qualidade de ensino na escola.

O setor já está no caminho quando declara que respeita as obrigações legais, cria programas de incentivos aos trabalhadores e se preocupa com a segurança do alimento e seus riscos a saúde do consumidor. Mas, sob a ótica de desenvolvimento sustentável, ainda são ações muito tímidas para a promoção do bem-estar da sociedade geral. É importante ir além das obrigações legais do setor, ações de *marketing* ou práticas assistencialistas. É importante o produtor repensar o seu papel na sociedade e agir, para contribuir efetivamente com o desenvolvimento sustentável de sua empresa, de sua região e de seu País. ■



## 2º COMUNIDADE

Ajuda à Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae), asilos, creches e igrejas; doações do excedente da produção;

contribuição para eventos com crianças e jovens; patrocínio de atividades esportivas; doação de computadores, roupas, calçados e alimentos; trabalho voluntário e geração de emprego na comunidade; participação do projeto Amigos da Escola e em programas sociais contra drogas nas escolas públicas.

## 3º FAMÍLIA DOS FUNCIONÁRIOS

Plano médico, moradia, creches, auxílio à maternidade, festas de confraternização, compra de material escolar e cesta básica.

## 4º OUTROS: PARCEIROS, CLIENTES E CONSUMIDORES

Rastreabilidade dos insumos utilizados na produção, combate ao trabalho infantil; segue as normas da Produção Integrada de Frutas (PIF); faz pesquisas sobre a cultura com a qual trabalha e divulga os resultados para os seus parceiros ou outros produtores, visando à melhoria da produção; exige nota fiscal, contribuindo para a arrecadação de impostos.

**Supra**  
Fertilizantes

**Qualidade que se vê**



A Supra Fertilizantes tem um programa nutricional adequado para cada fase da cultura.

**Dept. Comercial (19) 3894-3141**

**Maior Enraizamento**



**Melhor Sanidade**



**Melhor Pós-colheita**



**Maior Produtividade**

