

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UMA ANÁLISE DAS GRANDES EMPRESAS DO SETOR DE AGRONEGÓCIO NO BRASIL



MACHADO, Maria Eduarda Boraschi¹
CONTI, Diego de Melo²
AYARZA, Juan Arturo Castañeda³
SILVA FILHO, Candido Ferreira da⁴

RESUMO

Objetivo: analisar as ações de responsabilidade social das grandes empresas do setor de agronegócio no Brasil a fim de compreender de que maneira estão lidando com questões de sustentabilidade

Método: esta pesquisa é classificada como documental e exploratória com abordagem qualitativa, utilizando a técnica de análise de conteúdo para o tratamento dos dados.

Principais resultados: os resultados analisam e comparam políticas voltadas para a gestão do meio ambiente, bem-estar animal, gestão social e governança corporativa da JBS, Raízen Energia, Cosan, Ambev, e Marfrig Global Foods.

Relevância/originalidade: o estudo tem caráter inédito e apresenta uma análise das políticas de sustentabilidade em um dos segmentos mais relevantes para a economia brasileira.

Contribuições teóricas/metodológicas: o estudo contribui para discussões sobre as políticas sustentáveis elaboradas por grandes empresas de agronegócio no Brasil, interpretando a maneira como elas são colocadas em prática e como as empresas se beneficiam disso.

Palavras-chave: Responsabilidade social. ESG. Sustentabilidade. Agronegócio.



Received on: May/06/2023

Approved on: July/24/2023

DOI: <https://doi.org/10.37497/2965-730X.SDGsReview.v3.n00.pe01564>

¹Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC, Campinas, (Brasil). E-mail: maria.ebm@puccampinas.edu.br

²Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC, Campinas, (Brasil). E-mail: diego.conti@puc-campinas.edu.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0003-1889-0462>

³Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC, Campinas, (Brasil). E-mail: juan.arturo@puc-campinas.edu.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-4023-2223>

⁴Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC, Campinas, (Brasil). E-mail: candidofilho@puc-campinas.edu.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0001-8818-311X>

ENHANCING SUSTAINABILITY: LEVERAGING ESG INDICATORS TO EVALUATE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY POLICIES IN THE AGRIBUSINESS SECTOR

ABSTRACT

Objective: analyze the social responsibility actions of large agribusiness companies in Brazil to understand how they are dealing with sustainability issues.

Method: this research is classified as documentary and exploratory with a qualitative approach, using the content analysis technique for data processing.

Main results: results analyze and compare policies aimed at managing the environment, animal welfare, social management and corporate governance at JBS, Raízen Energia, Cosan, Ambev, and Marfrig Global Foods.

Relevance/originality: the study is unprecedented and presents an analysis of sustainability policies in one of the most relevant segments for the Brazilian economy.

Theoretical/methodological contributions: the study contributes to discussions on sustainable policies developed by large agribusiness companies in Brazil, interpreting the way they are put into practice and how companies benefit from it.

Keywords: Social responsibility. ESG. Sustainability. Agribusiness.

1. INTRODUÇÃO

O termo responsabilidade social corporativa é definido como um conjunto de ações voluntárias que focam em ações e consequências positivas para os *stakeholders* de uma organização (SILVA FILHO et al., 2021). Portanto, ao aplicar esse conceito na prática, a empresa orienta as suas ações de maneira responsável e equilibrada, articulando as dimensões ambiental, econômica e social, assim como descrito por Elkington (2001) no conceito de Tripé da Sustentabilidade. Essa ideia pode direcionar positivamente o comportamento estratégico de uma organização, pois permite a entrada de novas oportunidades de negócio e um diferencial competitivo (MELO et al, 2017; GERGED et al., 2023).

As atitudes e condutas de uma empresa impactam diretamente a sociedade e o ambiente onde estão inseridas, sendo fundamental que procurem desenvolver ações que gerem impactos socioambientais positivos e que agreguem valor a marca de seus produtos ou serviços (IPEA, 2019; SANTOS et al, 2020). Sendo assim, a responsabilidade socioambiental atinge todo e qualquer tipo de empresa, independente do seu setor de atuação.

No Brasil, um dos setores mais significativos em termos econômicos é o do agronegócio, o qual representou, em 2021, 27,3% do Produto Interno Bruto (PIB) e, ao mesmo tempo, é um setor responsável por impactos socioambientais significativos (CEPEA, 2022). Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA, 2021), esse setor tem sido reconhecido como um dos principais ajudantes do crescimento econômico brasileiro nos últimos anos, visto que em 2019 a soma de bens e serviços gerados por ele representou 21,4% do PIB brasileiro, alcançando R\$1,55 trilhões e no ano seguinte, em 2020, a participação foi de 26,6% do PIB, totalizando R\$2 trilhões. Diante dos recursos naturais disponíveis e com os avanços tecnológicos, o potencial de crescimento desse setor é muito significativo para a economia do país. Por outro lado, com essa expansão, questões ambientais entram em pauta para que medidas sejam tomadas (ASSAD et al, 2012).

Estima-se que o agronegócio é um dos setores que mais impacta negativamente em questões relacionadas ao clima e ao desmatamento, o que implica diretamente nas condições de habitabilidade do planeta em longo prazo. Isso devido as emissões geradas nos processos produtivos da pecuária, ao mesmo tempo que a produção de grandes monoculturas coloca em risco a biodiversidade e acelera o desmatamento em algumas regiões do Brasil. Por isso, exigências por políticas mais sustentáveis são cada vez mais fortes e presentes no setor agropecuarista (GOMES, 2019).

Portanto, considerando a sua influência econômica e as exigências sociais e políticas por maior responsabilidade com a sustentabilidade, o setor selecionado para esta pesquisa é o do agronegócio. Esse artigo teve como objetivo analisar as ações de responsabilidade social das grandes empresas do setor de agronegócio no Brasil a fim de compreender de que maneira estão lidando com questões de sustentabilidade. Diante disso, o estudo buscou responder a seguinte pergunta: “De que maneira as empresas de agronegócio no Brasil estão atendendo as exigências por medidas mais sustentáveis?”, trazendo a tona evidências de um dos segmentos de maior impacto para a economia brasileira.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Tratando da evolução dos negócios, Megginson, Mosley e Pietri Júnior (1998), definem quatro períodos e as preocupações empresariais de cada época correspondente. Até a década de 1920, a gestão das organizações era voltada para a maximização do lucro, adequando suas atividades apenas para atingir esse objetivo. Em seguida, nos anos 30, houve a inserção de gestores profissionais nas empresas, com o propósito de adequar os planejamentos de maneira

que atendessem aos interesses dos acionistas. Posteriormente, nos anos 60, iniciou-se o ativismo, com movimentos sociais em prol da proteção ambiental e do consumidor, alterando a forma dos executivos administrarem. Por fim, nos anos 90, os gestores se tornaram mais sensíveis às necessidades dos stakeholders, aumentando a compreensão social e adaptando suas atividades para atender integralmente a sociedade.

O desenvolvimento do conceito de responsabilidade social foi marcado por distintas fases e definições. Segundo Carroll (1999), a era moderna da responsabilidade social começou nos anos 1950 com Bowen (1953). De acordo com Bowen (1953) responsabilidade social diz respeito às ações desejáveis em relação aos objetivos e valores da sociedade. É uma verdade que deve orientar os negócios.

Posteriormente, Davis (1960) argumentou que a responsabilidade social trata das ações e decisões dos empresários que superam, ao menos parcialmente, os interesses econômicos e técnicos da firma. Outras contribuições relevantes foram apresentadas por Frederick (1960) e McGuire (1963) contribuíram para o aprimoramento do conceito de responsabilidade social ao incorporar a noção de ética nos negócios e cidadania corporativa.

Carroll (1979, 1991) entende que o conceito de responsabilidade social tem várias dimensões. Envolve, além da dimensão econômica, as dimensões legais, éticas e filantrópicas. Neste sentido, não interessa apenas aquilo que a empresa faz para si mesmo, mas aquilo que a empresa faz para os outros.

A partir daí, de acordo com Carroll e Shabana (2010), a responsabilidade social passou a fazer parte do “business core” do negócio, possibilitando à empresa criar vantagem competitiva, reduzir custos e riscos, e fortalecer a reputação da firma.

Uma vez que o conceito de responsabilidade social possa ser interpretado de diversas maneiras, é possível unir diferentes pontos de vista para serem consolidados. Segundo Santos (2003), esse conceito diz respeito a preocupação que as empresas, pessoas e governo tem com a sociedade, também sendo visto como um critério de excelência e qualidade pelas organizações. Do mesmo modo, Certo e Peter (2005), argumentam que esse tema aborda a intensidade com que uma empresa realiza atividades para proteger e melhorar a sociedade para atender aos seus próprios interesses econômicos. E, para completar, Melo Neto e Froes (2001), sugerem que a responsabilidade social pode ser vista como uma prestação de contas da empresa para com a sociedade.

Uma das maneiras mais práticas de compreender o significado da responsabilidade social corporativa é entendê-lo como a responsabilidade que uma empresa tem em antecipar e mitigar os impactos negativos que podem ser causados por suas ações ou operações, seja na

sociedade, nos ecossistemas naturais ou na economia. Dessa forma, a companhia deve ter um comportamento ético e transparente visando contribuir para a saúde e bem-estar da comunidade e do planeta, bem como considerar as expectativas de suas partes interessadas. Ressalta-se ainda que uma organização socialmente responsável deve atender a requisitos legais e regulamentos setoriais, reafirmando sua posição responsável em todas as suas ações (VIDALES; ORTIZ, 2012). Ademais, esse conceito possui três vertentes, sendo elas a responsabilidade social corporativa, empresarial e a ambiental.

A responsabilidade social corporativa é reconhecida como o comprometimento da empresa em manter seus compromissos éticos e assegurar que suas ações não impactem negativamente no ambiente social. Ela também pode ser vista como uma resposta a concorrência, já que as organizações precisam adaptar seu processo de trabalho às novas exigências do mercado globalizado e adequarem sua estrutura às novas situações. Por um lado, os stakeholders podem se mobilizar contra a empresa que desrespeite as normas éticas básicas e, por outro lado, ela se mantém à altura das expectativas do mercado, perpetuando sua relação de poder com a sociedade (COSTA et al, 2018; SOARES, 2004).

Em relação a responsabilidade social empresarial, o conceito não se restringe apenas aos resultados e decisões tomadas pela organização, mas abrange a gestão da ética e transparência para com os *stakeholders*. Ademais, essa concepção diz que não basta apenas cumprir suas obrigações éticas, mas a companhia deve acompanhar e publicar todas suas ações de maneira sistemática, para que seus *stakeholders* consigam observar o dia a dia da empresa. Portanto, a empresa socialmente responsável leva em consideração os interesses das diversas partes interessadas e consegue integrá-los ao planejamento de suas atividades (COSTA et al, 2018; MORCERF, 2007).

Por fim, a responsabilidade socioambiental espera que a empresa estabeleça metas que sejam compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando o meio ambiente e a cultura para as próximas gerações, respeitando a diversidade e diminuindo as desigualdades sociais. Ou seja, ela está atrelada diretamente ao conceito de sustentabilidade. Para que a organização obtenha sucesso nesse quesito, ela deve se guiar pelo Tripé da Sustentabilidade, visando desenvolver ações que integrem as dimensões econômica, social e ambiental de maneira articulada e equilibrada (ELKINGTON, 2001; FERREIRA; GUERRA, 2012).

No Brasil a estrutura social é caracterizada pela pobreza estrutural e a distância entre o desempenho econômico e a situação social. Para melhorar esse cenário, é necessário que as empresas estejam engajadas em ações sociais e que sejam socialmente responsáveis, elevando o nível de ações

e o grau de maturidade social do país. Ainda é possível que questões éticas e culturais possam ser aprimoradas dentro da sociedade e no mundo dos negócios. Sendo assim, segundo Santos (2003), as empresas estão sendo cada vez mais cobradas para que tornem seus negócios transparentes ao consumidor e tenham políticas que demonstrem sua preocupação diante a sociedade.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo se baseia em uma pesquisa do tipo documental e exploratória com uma abordagem qualitativa. De tal modo, buscou-se identificar informações factuais a partir de documentos públicos, tendo sido selecionados para a análise desta pesquisa os relatórios de sustentabilidade do ano de 2020 das cinco empresas de maior receita e com atuação no segmento de agronegócio no Brasil.

Nesse caso, segundo a Forbes Brasil, as cinco maiores empresas do setor de agronegócio do Brasil são a JBS, focada em proteína animal, com R\$204,5 bilhões como receita, a Raízen Energia, de bioenergia, com R\$120,6 bilhões, a Cosan, também de bioenergia, com R\$73 bilhões, a Ambev, de agronegócio indireto, com R\$52,6 bilhões e a Marfrig Global Foods, de proteína animal, com R\$48,8 bilhões (FORBES BRASIL, 2021).

A técnica empregada para analisar os documentos foi a de análise de conteúdo, objetivando enriquecer a interpretação dos dados coletados. Para isso foram seguidas três fases, sendo elas a de 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados e interpretação. Na primeira fase, os relatórios de sustentabilidade selecionados foram organizados a partir de sua leitura, a fim de tornar o processo análise operacional e sistemático. Em seguida, esse material foi codificado, classificado e categorizado de acordo com as hipóteses levantadas e seus referenciais teóricos. Por fim, as informações do material estudado foram condensadas com intenção de analisá-las reflexivamente e criticamente em busca do resultado do projeto (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

A fim de entender de que maneira as empresas de agronegócio no Brasil estão atendendo as exigências por medidas mais sustentáveis, os resultados foram dispostos em 4 categorias, a saber: gestão do meio ambiente; bem-estar animal; gestão social e; governança, ética e compliance. Ressalta-se que as categorias foram definidas a partir dos dados, identificando-se os temas de maior relevância para esta pesquisa.

4. RESULTADOS

4.1 Gestão Do Meio Ambiente

Os relatórios analisados demonstram que as empresas possuem uma série de práticas relacionadas ao meio ambiente, em especial aos temas de água, emissões, energia, gestão da terra e resíduos. Senso assim, apresenta-se uma síntese das principais ações relacionadas as práticas ambientais.

A JBS investiu R\$31,9 milhões em melhorias no uso de água nas operações produtivas a partir do Programa de Gestão Sustentável da Água. A companhia também avalia os riscos hídricos em cada instalação, assim é possível identificar e priorizar projetos que sejam relevantes para cada bacia hidrográfica e reduzir o impacto geral na água. Como resultado, foram reutilizados 1,6 milhões de litros de água e 83% da água coletada é devolvida tratada ao meio ambiente.

A Raízen possui o Programa ReduZa, que possui como objetivo aproveitar a água evaporada após a moagem da cana-de-açúcar. Com esse programa, a companhia diminui a captação em fontes externas e mostrou uma redução de 22% na captação de água superficial. Além disso, a organização tem como objetivo reduzir a captação de água em fontes externas em 10%.

A água é a principal matéria-prima principal da Ambev, dessa maneira, a organização prioriza a capacitação de um time especializado para garantir a economia da água. Como resultado, o consumo de água a cada litro de cerveja produzida foi de 2,55L em 2019 para 2,43L em 2020. Já em relação ao descarte, a companhia se responsabiliza por fazer o monitoramento e acompanhamento para assegurar a qualidade da água. Portanto, em 2020, o total de captação de água em megalitros foi de 46.604,63, enquanto no período anterior, o número foi de 70.077,96.

Para a comunidade ao redor, a Ambev possui dois projetos para melhorar a qualidade da água: a plataforma SAVEh, que compartilha conhecimento e ferramentas de gestão para replicar as boas práticas de gestão de recursos hídricos e a AMA, água vendidas em garrafas plásticas ou latas na qual o lucro obtido é revertido para projetos que levam água potável a comunidades do Brasil.

A Marfrig aponta que o consumo de água em 2020 foi de 26,9 milhões de m³, sendo 1,5% a mais que o ano anterior. Porém, a companhia diz que a intensidade do uso da água reduziu 8,6% na média global e 1,37% na América do Sul. Isso mostra que as ações adotadas pela organização com o objetivo de evitar desperdícios e promover o consumo racional

funcionaram. Ademais, outras medidas promovidas para auxiliar na gestão eficiente da água são a utilização de Estações de Tratamento de Água (ETA) nas unidades de negócio, a utilização do AQUEDUCT, ferramenta do WRI, utilização de equipamentos redutores de vazão e de automação, entre outros.

Em relação ao tema de emissões e qualidade do ar. Como iniciativa de redução da emissão de gases do efeito estufa, a JBS monitora, contabiliza as emissões e reporta dentro de seu escopo de acordo com a metodologia internacional do *GHG Protocol*. No ano de 2020, a companhia foi a primeira certificada para comercializar Créditos de Descarbonização (CBios), por meio do programa RenovaBio do governo, sendo emitidos 430 mil CBios ao longo do ano. Além disso, a empresa assumiu o compromisso Net Zero 2040, com o objetivo de zerar o balanço de suas emissões de gases causadores do efeito estufa a partir de um plano de ação com critérios estabelecidos pela *Science-Based Targets*.

Para a Raízen, no ano de 2020, o índice de intensidade global das emissões de gases do efeito estufa foi de 0,039 tCO₂eq por tonelada de cana moída. Essas emissões são provenientes da combustão estacionária, combustão móvel, tratamento de resíduos, emissões de processo, fertilização, emissões fugitivas e compra de energia elétrica. E esses gases são controlados pelo Protocolo de Quioto.

A Cosan incentiva o uso de biocombustíveis, que são menos prejudiciais ao meio ambiente, investe no uso de transportes ferroviários e intermodais e ajuda na redução dos gases maléficos ao meio ambiente. Como medição quantitativa, a companhia utiliza as diretrizes do *The Greenhouse Gas Protocol* e do Programa Brasileiro *GHG Protocol* a fim de mapear as oportunidades e riscos em relação às mudanças climáticas, e em 2020, houve uma redução de quase 75 toneladas de CO₂ equivalente nas emissões.

A Ambev tem como meta reduzir 25% das emissões de carbono em toda a cadeia de valor até 2025, portanto, a companhia foca na redução de consumo de energia por unidade de produção, com medição por área e definição de metas por departamento. Também há uma gestão de manutenção a fim de potencializar a eficiência máxima dos equipamentos. E houve a substituição do uso do óleo de fonte fóssil por óleo vegetal e reaproveitamento do biogás gerado nas Estações de Tratamentos de Efluentes na produção energética.

Em 2020, a Marfrig foi a primeira empresa de proteína animal do Brasil e a única de carne bovina na América Latina a se comprometer com o estabelecimento de metas científicas para a redução de gases do efeito estufa junto a *Science Based Targets*. Na América do Sul, a intensidade de emissão de gases do efeito estufa dentro das operações da companhia reduziu 16% e outras emissões indiretas, reduziu 15,6%. Além disso, na cadeia produtiva, a Marfrig

desenvolveu uma parceria com a Embrapa a fim de práticas de pecuária sustentável de baixo carbono e carbono neutro.

Na mesma linha, energia é um tema ambiental de relevância para as empresas analisadas. A JBS possui uma equipe de engenharia para identificar oportunidades para a redução do uso de energia e desenvolver projetos de ecoeficiência. Nisso, no ano de 2020, foram investidos R\$21,7 milhões em projetos de eficiência energética. Como consequência, o uso de energia renovável nas unidades produtivas da companhia é de 89% do total consumido. Além disso, a unidade de cogeração Biolins, instalada no interior de São Paulo, gera energia termelétrica e a vapor a partir da biomassa, gerando energia suficiente para abastecer uma cidade de 300 mil habitantes. Nesse caso, 33% da energia elétrica gerada nessa unidade de negócio é utilizada para abastecer as plantas da Friboi, JBS Couros e JBS Novos Negócios e o restante é distribuído para as unidades da JBS ou vendidas nacionalmente.

A Raízen utiliza a palha e o bagaço da cana-de-açúcar como matéria-prima na produção de um biocombustível avançado, possibilitando a ampliação de até 50% da capacidade de produção. Além disso, a organização possui 23 parques de bioenergia no país e todos são autossuficientes no consumo de energia, além de 13 deles comercializarem o excedente para o Sistema Interligado Nacional (SIN). E, em outubro de 2020, eles iniciaram suas atividades na planta de biogás em Guariba, sendo uma das maiores plantas de biogás do mundo e utilizando resíduos de torta de filtro e vinhaça para a produção do biogás. Essa planta possui uma capacidade de produção de 21 MW de energia elétrica atualmente e, com a utilização da torta e da vinhaça, a expectativa é que a planta alcance uma produção de 138 mil MWh.

Em 2020, a Cosan fundou a Compass Gás & Energia, a fim de desenvolver uma energia mais eficiente, limpa e competitiva para o mercado. Com essa atitude, a companhia reduziu cerca de 40 mil toneladas de dióxido de carbono e zero emissão fugitiva em ferro fundido. Além disso, as operações se tornaram mais seguras.

Em relação a energia, a Ambev prioriza os investimentos em energias renováveis, como fez em 2020. Para os processos internos, parte da energia elétrica é gerada pela própria organização por meio da utilização do gás natural e a companhia já substituiu o óleo BPF pelo óleo vegetal e sua matriz energética utiliza caldeiras para gerar vapor e trabalhar com biomassa e o biogás, mostrando uma redução de 4% no consumo de energia. Além disso, a Ambev está construindo um parque eólico na Bahia com potência superior a 80 MW que será utilizado na produção das cinco fábricas que produzem *Budweiser* no Brasil.

O consumo de energia aumentou 10,3% em relação ao ano anterior para a Marfrig, tendo mais incidência na América do Sul. Nesse ano de 2020, o uso de energia renovável foi de 14,8%

para 15,2%, sendo um resultado positivo para a organização. Na prática foram realizados treinamentos nas equipes e adoção de equipamentos de eficiência energética nas operações, substituições de fontes tradicionais para fontes sustentáveis e aumento na participação no mercado livre de energia. Já para essa questão, os indicadores adotados foram o KWh por tonelada de produto e KWh por cabeça de gabo.

Em relação ao uso da terra e a preservação ambiental, a JBS possui um programa de conservação e recuperação de florestas, o Fundo JBS pela Amazônia. Ele foi criado com o objetivo de financiar ações e projetos para o desenvolvimento sustentável no bioma e a meta é levar os recursos ao fundo a um total de R\$1 bilhão até 2030. Dessa maneira, a companhia pretende fomentar o desenvolvimento sustentável do bioma Amazônico, promovendo a conservação e o uso sustentável da floresta, a melhoria na qualidade de vida da comunidade da região e o desenvolvimento de produtos sustentáveis de qualidade para o mundo.

A Raízen faz parte do Protocolo Agroambiental Etanol Mais Verde desde 2007, um acordo sobre princípios e orientações técnicas a serem adotadas pelas empresas em relação ao meio ambiente. Nesse quesito, para 2020, a companhia investiu no monitoramento e rápidas respostas a incêndios nos canaviais, impedindo o alastramento do fogo.

Em relação ao cuidado com o meio ambiente, a Ambev participa do Programa Bacia&Florestas, responsável por restaurar e conservar o solo e florestas em áreas prioritárias. Seu foco está na recarga de mananciais e preservação da qualidade e disponibilidade de água das bacias hidrográficas.

A Marfrig possui um mapa de monitoramento geoespacial responsável por certificar que as fazendas localizadas no bioma Amazônia, de propriedade dos fornecedores, estão livres de desmatamento e conflitos com terras indígenas ou unidades de conservação. Caso seja identificada alguma inconformidade, o fornecedor fica proibido de negociar animais com a companhia até que as questões sejam solucionadas.

As ações ambientais das empresas analisadas perpassam ainda pelo tema de gestão de resíduos sólidos. Nesse sentido, evidenciou-se que todas as unidades de produção da JBS atendem à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e a gestão dos resíduos é baseada no Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS). Ademais, existe uma unidade de negócio especializada em práticas de economia circular: a JBS Ambiental. Como resultado, foram reaproveitadas 738,9 mil toneladas de resíduos, sendo 55,7% do total gerado, que foram destinados para a reciclagem, compostagem, reaproveitamento energético e cogeração. Também foram reaproveitadas cerca de 32,5 mil toneladas de resíduos para a geração de energia, um aumento de 46% em relação ao ano anterior.

Em relação aos stakeholders externos da companhia, a JBS incentiva o descarte correto das embalagens pelos consumidores pelo Programa Cidade+, responsável por assessorar as prefeituras na implementação da coleta seletiva dos materiais recicláveis; o Programa Prolata, voltado para a recuperação de 28% das embalagens de aço colocadas no mercado; e o projeto Eu Reciclo, no qual as embalagens comercializadas da Swift são compensadas ambientalmente.

A companhia Raízen busca reaproveitar todos os resíduos que restarem dentro de seus processos produtivos como a utilização de subprodutos de processamento da cana como fertilizantes naturais, aproveitamento da torta e da vinhaça como insumo para geração de biogás, insumo para a produção do etanol de segunda geração e como recursos fósseis para processos específicos.

A Ambev procura maneiras de aumentar o material reciclado das embalagens e melhorar as taxas de reciclagem em todo o mundo, visando a reutilização do vidro, alumínio e PET. Nesse sentido, a companhia foi a primeira a produzir garrafa PET com material 100% reciclado, sendo responsável por uma redução no consumo de energia de 70% e no consumo de água de 20%. A organização também conta com uma fábrica de garrafas de vidro no Rio de Janeiro, sendo sua produção feita a partir da reciclagem de cacos. Além disso, eles investem em garrafas de vidro retornáveis, que podem ser utilizadas mais de 20 vezes por ano.

Com o intuito de aprimorar o processo de descarte dos efluentes e gestão dos resíduos sólidos, a Marfrig está modernizando as Estações de Tratamento de Efluentes para identificar as ações necessárias das plantas em todo o processo produtivo. Já os efluentes que seriam descartados após o uso, são utilizados para irrigação de citros, milho e soja, conhecido como fertirrigação. No ano de 2020, a Marfrig gerou 129,9 milhões de toneladas de resíduos, sendo 288 mil toneladas perigosas, como latas de tintas, estopas com contaminantes, lâmpadas de vapor de mercúrio, entre outros.

4.2 Bem-estar animal

A JBS inicia o assunto sobre bem-estar animal com as cinco liberdades fundamentais dos animais: livre de fome, sede e má nutrição; livre de desconforto; livre de dor, ferimento e doença; livre para expressar seu comportamento natural; e livre de medo e estresse. A companhia também possui um Comitê de Bem-estar Animal e, a partir disso, todas as unidades de negócio da organização possuem equipes especializadas nas espécies animais a fim de garantir o cumprimento das normas implicadas pelos programas de bem-estar animal, oferecer

suporte às unidades de produção, estabelecer parcerias com pesquisadores e outras empresas especializadas, coordenar projetos de pesquisa e inovação, entre outros.

Um dos principais pontos de atenção da JBS é o uso de antibióticos nos animais. Por isso, a companhia possui um plano interno de monitoramento de substâncias aprovadas e não aprovadas pela Seara dentro de todas as suas plantas. Ao reduzir o consumo de antibióticos pelos animais, aumenta o nível de biossegurança, melhora os esquemas de vacinação, programas de limpeza e desinfecção dos animais e garante que eles sejam mais saudáveis e em melhores condições de bem-estar.

Para a etapa de produção, a JBS investe em inovação e melhorias nas instalações, aquisições de novos equipamentos e em estruturas disponíveis no mercado. Há também o treinamento contínuo das equipes especializadas para acompanhar desde o recebimento dos animais e garantir seu bem-estar até a etapa seguinte. Como resultado, a organização manteve sua colocação entre as melhores empresas do mundo, no Tier 3, de acordo com o relatório *The Business Benchmark on Farm Animal Welfare* (BBFAW).

Para a Marfrig, no ano de 2020, a companhia passou a utilizar alguns indicadores para medir suas políticas nesse âmbito, como auditorias realizadas por terceiros, treinamentos sobre o assunto, tempo de viagem do animal entre a fazenda e a indústria e priorização de fornecedores de animais que prezam por esse mesmo critério. A partir disso, a Marfrig respeita as cinco liberdades do animal de acordo com o *Farm Animal Welfare Council*: utiliza pesquisas como base para aprimorar suas estruturas e políticas, não incentiva a aplicação de hormônios nos animais, não compra animais derivados de engenharia genética e não utiliza antibióticos nas operações diretas.

Além dessas práticas, a organização deu início em 2020 a um amplo processo de mapeamento dos fornecedores de produtos de origem animal, por meio de informações a respeito do sistema de criação, enriquecimento ambiental, treinamentos, métodos de abate e certificações de bem-estar animal. Isso ajuda a manter um alto nível de qualidade em relação aos cuidados animais e a entrega de um produto que atenda às necessidades dos clientes.

4.3 Gestão social

A JBS investiu um total de R\$6,5 milhões na área de recursos humanos da empresa no ano de 2020 e houve um aumento de 28,2% de profissionais em relação ao ano anterior, sendo uma quantia significativa em um ano de pandemia, porém, junto a isso houve um aumento da

taxa de rotatividade de 21,38% para 24,29% e da taxa de absenteísmo de 2,48% para 5,57%, em relação a 2019, e uma queda na taxa de *turnover* de 14,59% para 11,54%.

Dentro do quesito de saúde e segurança do trabalho, a companhia investiu um total de R\$323 milhões em medidas protetivas contra o COVID-19 para todas as unidades do Brasil. Houve a contratação de mais de 600 profissionais da saúde para atender aos colaboradores, aumento da frota de ônibus, vacinação gratuita contra a gripe H1N1, medidas de distanciamento social, instalação de ambulatórios adicionais e ampliação das áreas de descanso.

Para a comunidade, a JBS contribui em seu desenvolvimento socioeconômico com o Programa Fazer Bem Faz Bem, que em 2020 focou no auxílio a prevenção do Covid-19. Também é responsável pela Escola Germinare, proporcionando ensino gratuito do 6º ano do ensino fundamental até o 3º do ensino médio; o Instituto Chefs Especiais, oferecendo aulas de culinária para pessoas com síndrome de *down*; Programa Óleo Amigo, incentivando a coleta seletiva de óleo de cozinha usado na rede de ensino pública; e o Programa Selo Biocombustível Social, apoiando pequenos produtores de gado com assistência técnica gratuita.

Além disso, a organização possui o Programa de Segurança e Saúde de Autogestão (PSSAG), no qual busca, de forma preventiva, garantir o bem-estar e a integridade física de seus colaboradores, evitando possíveis acidentes e oferecendo condições seguras de trabalho. Nesse Programa foram investidos R\$14,2 milhões em 2020 e o número de acidentes com afastamento reduziu em 15% em relação ao ano anterior.

A Raízen possui medidas de incentivo a diversidade e inclusão a seus colaboradores, sendo assim, há o Comitê de Diversidade e Inclusão e o grupo TransformadorEs, voltado para estruturar ações, difundir o tema e trocar experiências. Em 2021, foi lançada a campanha Respeito na Raiz de Tudo, convidando os funcionários a fortalecerem boas práticas para um ambiente de trabalho acolhedor para todos. Em relação ao quadro feminino, eles também participam do Movimento Mulher 360, assim como a JBS, possuem como meta alcançar 30% de mulheres em cargo de liderança até 2025.

A companhia também possui a Universidade Raízen, voltada para a aprendizagem e desenvolvimento constante dos colaboradores, estando presente no ambiente digital, com treinamentos *online* e cursos de capacitação. Além disso, há o Programa de Disseminadores do Conhecimento, no qual os funcionários se organizam em grupos para compartilhar conhecimentos e informações. Eles também disponibilizam bolsas de estudo para idiomas e incentivo acadêmico. Todo esse trajeto de aprendizagem é monitorado por *feedbacks* constantes que avaliam o processo e buscam melhorias sobre ele.

Em relação a ações voluntárias, a companhia possui o Programa em Ação Raízen (VOAR), visando fortalecer a cultura do voluntariado dentro do ambiente interno. Nos anos de 2020 e 2021, em meio a pandemia, um total de 1.300 pessoas participaram das ações. Além disso, muitas das ações foram adaptadas para o meio digital, fortalecimento o acolhimento dentre um período tão delicado para a sociedade.

Visando relacionamentos externos, a companhia, além de compartilhar conhecimentos e boas práticas aos fornecedores, criou o Programa ELO, um programa que incentiva os fornecedores a adotarem medidas sustentáveis e de respeito ao meio ambiente e aos direitos humanos e trabalhistas. Outro programa criado pela Raízen é o Programa Cultivar, responsável por oferecer soluções para os produtores parceiros, e, principalmente em um cenário de dificuldades, o Programa realizou mais de 145 mil hectares de projetos agrônômicos com as iniciativas voltadas para o aumento de produtividade.

No quesito de segurança do trabalho, a Raízen dispõe suas diretrizes em sua Política de Saúde, Segurança, Meio Ambiente e Sustentabilidade (SSMA). Suas unidades de distribuição possuem o certificado OHSAS 18001 no Brasil e ISSO 45001 na Argentina. Além disso, eles utilizam o Sistema Integrado de Gestão das Operações (SIGO), com o objetivo de cuidar da saúde física e mental dos colaboradores.

A Cosan, no ano de 2020, se responsabilizou por revisar a Política de Recrutamento e Seleção, dizendo envolver participantes de quaisquer grupos de diversidade. Seus objetivos são a promoção de diversidade de gênero nos processos seletivos e mapa de sucessão, valorizando as mulheres em cargos de liderança e o desenvolvimento contínuo dos colaboradores. Nesse sentido, o número de funcionários de 2019 para 2020 aumentou de 40.462 no ano anterior e 40.508 no ano seguinte. Em relação a pandemia, a companhia adotou o home-office para os colaboradores das áreas administrativas e adaptações nos espaços nos quais era necessário o trabalho presencial. Além disso, a organização criou o Programa Amigo, oferecendo suporte psicológico, financeiro, jurídico e outras orientações.

Em políticas de recrutamento, a companhia disse amadurecer o Programa #MEGAestagioCosan, possibilitando que os recrutados passassem por um *job rotation* entre até sete negócios. Em 2020, houve um total de 2.411 inscritos e apenas sete candidatos foram escolhidos para entrar no time. Ademais, eles possuem parcerias com universidade como a Mackenzie, Insper e Fundação Getúlio Vargas, disponibilizando projetos de negócios para turmas de alunos desenvolverem um plano.

No que se refere a saúde e segurança dos colaboradores, a organização incentiva treinamentos, ações educacionais e sistemas integrados de gestão. O número de acidentes é

acompanhado pelo método *Lost Time Injury Frequency* (LTIF) e em 2020, foram reportados 26 acidentes em 162 milhões de horas trabalhadas, consolidando o LTIF em 0,16.

O direcionamento de Gente e Gestão da Ambev tem como foco disponibilizar estruturas mais modernas e investir continuamente em tecnologia e trabalhar com uma cultura de metodologias ágeis, treinar e desenvolver pessoas com o mapeamento de suas competências visando a diversidade e otimizar a experiência dos funcionários priorizando processos mais simplificados e menos burocráticos. Além disso, eles possuem uma comunicação interna sólida, transparente e eficiente, que dissemina essa cultura organizacional através da TV Ambev, do Centro de Serviços Compartilhados e do Centro de Engenharia.

Além disso, ela desenvolveu o Programa SOMOS, voltado para o desenvolvimento de mulheres para cargos de liderança, contando com a participação de 70 mulheres. Também há incentivos com grupos de discussão, com assuntos tais como: empoderamento feminino e igualdade de gênero; gays, lésbicas, bissexuais, transexuais e outro públicos; igualdade de oportunidades entre as raças; e representatividade e inclusão das pessoas com deficiência (PCD).

A companhia também possui programas de talentos como o Programa de Estágio, um treinamento completo para iniciantes do mundo corporativo e o Programa *League*, no qual os estagiários participam de projetos regionais, individuais ou em grupo buscando inovações e melhorias no ambiente interno da organização. Eles também desenvolveram o Programa Representa, voltado para universitários negros e o Programa de Trainee, programa de contratação e treinamento de recém formados que são alocados em projetos pelo Brasil ou até para o exterior.

Um dos principais projetos voltadas para Gente e Gestão da Ambev é a Fundação *Zerrenner*, responsável por levar educação e saúde aos filhos dos colaboradores e da comunidade ao redor. Ela oferece bolsas de estudo de graduação, pós-graduação e de cursos profissionalizantes, subsídio para material escolar e atendimento médico, hospitalar e odontológico. Localizada em São Paulo e em Três Lagoas, a Fundação é uma das principais parceiras do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) no Brasil.

Para a Ambev, a novidade de 2020 foi o lançamento da AmbevOn, uma plataforma educativa *online* para os colaboradores. Dentro dessa plataforma estão inclusos temas como segurança psicológica, diversidade, benchmarking, experiências do exterior e curiosidades. O objetivo desse programa é oferecer uma aprendizagem contínua aos colaboradores e desenvolver *hardskills* e *softskills*. No quesito de saúde e segurança dos trabalhadores, a

companhia possui o sistema *Credit 360*, no qual ela acompanha, em dados numéricos, a quantidade de acidentes.

Em 2020, a Marfrig fechou o ano com 0,26% a mais no número de funcionários contratados, prezando pela diversidade. A partir de uma cultura de promoções internas, eles também oferecem programas de treinamento e capacitação, como brigada de incêndio, operação de facas, manuseio de produtos químicos, etc. Além disso, a organização realiza avaliações periódicas sobre os funcionários com base em seu desempenho em frente às metas estabelecidas, oferecendo recompensas aos colaboradores que obtiveram uma alta performance.

Dentro da Marfrig, existem dois programas: Programa Forte e Programa Indique um Amigo. O Programa Forte tem como objetivo oferecer oportunidades internas para que os funcionários cresçam dentro da companhia e o Programa Indique um Amigo tem como finalidade incentivar a indicação por funcionários internos e os recompensam com um prêmio no final da folha de pagamento.

Em relação a saúde e segurança do trabalho, um dos principais feitos pela companhia foi adotar um plano de contingência em relação a pandemia. Dessa maneira, ela ofereceu ambientes seguros, com medidas sanitárias e de infraestrutura para prevenir a disseminação do vírus. Eles mantiveram a distribuição de cestas básicas, vale-refeição, prêmio de produção e acrescentaram a entrega de dois quilos de carne.

Ainda foram mantidas todas as práticas de segurança da organização, como o Programa de Diretrizes de Saúde e Segurança do Trabalho Corporativo (PDSSTC), que define padrões únicos entre as unidades operacionais e incentiva a capacitação e mobilização dos colaboradores, fornecedores, parceiros e prestadores de serviço com os recursos necessários. Ele tem como base a diretriz OHS 18001 e visa preservar a integridade física e mental dos colaboradores, atender aos requisitos legais e acompanhar a Política do Sistema Integrado Corporativo (SGI). A partir dessas iniciativas, a Marfrig reduziu o número de incidentes em 44% e o aumento no afastamento de pessoas vítimas de algum incidente em 65%.

4.4 Governança, ética e *compliance*

Em relação a área de *compliance* da JBS, ela utiliza as diretrizes da Diretoria Global de *Compliance*, responsável por organizar processos, políticas, canais e programas que estimulam a ética e a boa conduta nas operações realizadas dentro da organização. Para a JBS, esse quesito é considerado como um ativo e a organização mantém uma diretoria global que lidera esse tema. Além disso, em 2020, a companhia obteve destaque na Política Anticorrupção global e

na revisão dos Códigos de Conduta e Ética, tornando-os mais claros e incluindo questões relacionadas a sustentabilidade e ao bem-estar animal.

A Raízen preza pela honestidade, integridade, segurança, respeito e sustentabilidade e possui políticas internas que ajudam a esclarecer esses princípios na companhia. Eles possuem um Código de Conduta para essa comunicação e também possuem uma área de Compliance na organização para que os funcionários tirem suas eventuais dúvidas e disponibilizam o Canal de Ética para denúncias e dúvidas. Caso algum funcionário viole o Código de Conduta da companhia, estão sujeitos a medidas disciplinares, incluindo término da relação empregatícia.

O sistema de governança corporativa da Ambev é composto pela Assembleia Geral de Acionistas, o Conselho de Administração, a Diretoria Executiva e o Conselho Fiscal e possuem como base o respeito, transparência e melhores práticas de mercado. Juntos, eles utilizam o Código de Conduta, a Política de Responsabilidade Global de Suprimentos da Cervejaria Ambev e a Política de Direitos Humanos como principais documentos para definir as regras que norteiam a companhia. Seu plano de comunicação e treinamento é aplicado anualmente e a organização incentiva bastante o engajamento dos funcionários em temas éticos.

A Cosan inicia o tópico de governança corporativa com a celebração da finalização do processo de simplificação da estrutura societária da companhia, incorporando a *Cosan Limited* e a Cosan Logística S.A. Outras práticas que se destacam na organização são a segregação de funções do presidente de Conselho de Administração e do diretor-presidente, o programa de compliance com um Canal de Ética e 17 políticas sobre o tema, mapa de gestão de talentos e sucessão, área de Auditoria Interna, Riscos e Compliance, avaliação periódica dos executivos, Política de Gestão de Riscos, comitês de assessoramento e comunicação transparente e tempestiva com investidores.

O modelo de governança corporativa adotado pela Marfrig busca aperfeiçoar as práticas relacionadas à transparência, prestação de contas, equidade e responsabilidade corporativa. Para manter uma boa governança, a companhia tem como base três pilares: o fórum de acionistas, a fiscalização e a execução. Dessa maneira, é possível que a organização crie medidas de governança condizentes com sua estratégia empresarial. Ela teve destaques como o lançamento de duas novas políticas: o Código de Ética e Conduta de Terceiros, orientando sobre a postura adequada na condução dos negócios e a Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo, com a finalidade de prevenir essas situações na avaliação de terceiros.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um mundo cada vez mais complexo e repleto de desafios de ordem econômica, social e ambiental, faz-se necessária a implementação de políticas de responsabilidade social por parte do setor empresarial. Diante deste cenário, compreender as iniciativas de responsabilidade social das grandes empresas do agronegócio foi importante para realizar uma análise crítica destas políticas, no intuito de identificar oportunidades para o desenvolvimento sustentável e de propor melhorias para o desenvolvimento de ações de impacto positivo para o planeta.

Durante a análise dos relatórios de sustentabilidade das grandes empresas de agronegócio do Brasil, muitas informações são disponibilizadas a fim de entender quais ações a empresa executa e qual sua razão para isso. Suas listas de políticas sustentáveis são longas, mas apenas descrever ações que são grandiosas no papel sem trazer algum dado quantitativo para validar a execução na prática pode levar aos *stakeholders* a fazerem interpretações diversas e distorcidas da realidade da organização. Nesse caso, levanta-se indagações em relação ao que é seriamente executado no meio ambiente e na sociedade e o que é apenas escrito para devido merecimento da companhia.

Ademais, para que um relatório de sustentabilidade esteja de acordo com as políticas da companhia, é imprescindível que a comunicação seja clara e as informações estejam organizadas. Nesse sentido, foi possível analisar que o relatório da Raízen não obteve êxito nesse quesito. Além da falta de dados quantitativos para avaliar os resultados das políticas sustentáveis, as informações são repetitivas, excessivas e mal organizadas no relatório, trazendo confusão em relação as políticas e desconfiança em relação a execução das mesmas. Muitas vezes fica difícil entender as ações que a companhia descreve e a impressão é que os textos têm apenas o papel de ocupar espaço no relatório.

Essa análise em relação a comunicação foi crucial para a execução do relatório, pois como dito anteriormente, o relatório tem o dever de disponibilizar informações transparentes aos *stakeholders*. Deve-se entender que o documento deve ser redigido organizadamente e com as informações essenciais, dessa maneira, fica fácil localizar dados específicos que sejam necessários para o leitor. Ademais, o relatório reflete a organização, portanto, se ele expressa organização e excelência, a companhia é vista como tal.

Por outro lado, relatórios como da JBS, Ambev e Marfrig expressam suas informações de maneira organizada e sucinta, facilitando o entendimento de suas políticas sustentáveis. Eles também prezaram por dados quantitativos para comprovação de suas ações e compararam ao

que foi estipulado como meta no período anterior, o que traz maior segurança e confiabilidade na organização.

Já o relatório da Cosan carece de informações, mostrando textos curtos que poderiam discorrer mais sobre suas políticas. Além disso, os temas sobre energia, terra, bem-estar animal e gestão de resíduos não foram mencionados pela companhia. Sendo assim, a organização deveria analisar se há políticas ligadas a esse tema e acrescentá-las ao relatório. Caso essas políticas sejam inexistentes, é válido que a companhia tome as devidas providências e inclua-as em seu plano estratégico.

Como comparação entre as empresas estudadas, é possível ver que algumas possuem mais políticas do que outras. Isso acontece devido ao porte da companhia e o quanto dispõe de recursos que possam ser investidos em objetivos relacionados com a sustentabilidade, por exemplo, a JBS disponibiliza mais ações sustentáveis do que a Marfrig, tendo em vista que sua receita é maior em R\$155,7 bilhões. Mas isso não deve ser um ponto para julgamento entre as companhias, pois, no quesito de responsabilidade social corporativa, elas não competem entre si, mas buscam investir nessa pauta de acordo às próprias necessidades estratégicas e financeiras.

Em um cenário geral, as políticas de responsabilidade social corporativa das empresas são bem parecidas entre si, visando atender todos os aspectos ambientais e sociais, dentro e fora do ambiente de trabalho. Além de atender aos requisitos atuais, essas políticas buscam criar uma maior qualidade no relacionamento da organização com o meio ambiente onde atua, assim como um propósito de longo prazo. Também é possível visualizar que essas empresas analisadas buscam a melhoria contínua, estipulando novas metas e aprimorando seus processos para alcançá-las, o que mostra que, em relatórios futuros, podem ser acrescentadas novas políticas e resultados.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOWEN, H. R. Social responsibilities of the business man. New York, Harper & Row, 1953.

CARROLL, A. B.; SHABANA, K. M. The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. International Journal of Management Reviews. v. 12, n. 1, p. 85-105, 2010.

CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. Business & Society, Vol. 38 No. 3, pp. 268-295, September 1999.

CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, v. 4, n. 4, p. 39-46. 1991.

CARROLL, A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Social. *The Academy of Management Review*, 4(4):497-505, October 1979.

CEPEA. 2022. **PIB Do Agronegócio - Dados de 1994 a 2021**. Cepea 4. Acesso em maio, 2023 (<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegociobrasileiro.aspx>)

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégica. 2 ed. São Paulo: **Pearson Education do Brasil**, 2005.

CNA. Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil. **PIB do Agronegócio**. Disponível em: https://www.cnabrazil.org.br/storage/arquivos/dtec.pib_jun_2021.13set2021vff.pdf Acesso em maio de 2023.

COSTA, R. S. da et al. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade: sobre a necessidade de acompanhamento crítico entre intenções e práticas. In: LADWIG, Nilzo Ivo; SCHWALM, Hugo (Org.) Planejamento e gestão territorial: a sustentabilidade dos ecossistemas urbanos. Criciúma, SC: **EDIUNESC**, 2018. Cap. 16. DOI: <http://dx.doi.org/10.18616/pgt16>

DAVIS, K. Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2, 70-76, 1960.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks and knives**. São Paulo: Makron Books, 2001.

FERREIRA, B. S.; GUERRA, J. A. de P. Responsabilidade socioambiental: um olhar sistêmico em uma organização estatal. **Revista Gestão & Conhecimento**, Poços de Caldas, nov. 2012.

FORBES. As 100 maiores empresas do agronegócio brasileiro em 2020. **Forbes Brasil**, 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2021/03/as-100-maiores-empresas-do-agronegocio-brasileiro-em-2020/> .Acesso em: 06 de out de 2021.

FREDERICK, W. C. The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2, p. 54-61, 1960.

GERGED, A. M.; KUZHEY, C.; UYAR, A.; KARAMAN, A. S. Does investment stimulate or inhibit CSR transparency? The moderating role of CSR committee, board monitoring and CEO duality. **Journal of Business Research**, v. 159, 113762, abr. 2023.

GOMES, M. F.; FERREIRA, L. J. Políticas Públicas e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. **Direito & Desenvolvimento**, João Pessoa, v. 9, n. 2, p. 155-178, ago/dez. 2018.

McGUIRE, J. W. *Business and society*. New York, McGraw-Hill, 1963.

MEGGINSON, L.; MOSLEY, D. C.; PIETRI JR. P. H. Administração: conceitos e aplicações. 4.ed. São Paulo: Harbra, 1998.

MELO et al. Responsabilidade social corporativa e competitividade: uma análise bibliométrica da evolução do tema. **RMS: Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 115-133, Maio/Ago., 2017.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor. 2. ed. Rio de Janeiro: **Qualitymark**, 2001.

MORCERF, Sônia de Oliveira. Responsabilidade social empresarial - uma ferramenta estratégica de gestão: um estudo de caso de empresas do setor siderúrgico. **ICHS**, Seropédica, 2007.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 731-747, Jul/Ago., 2011

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. **IPEA: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**, 2019. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/ods10.html>. Acesso em: 23 de maio de 2022.

Panorama do agro. **CNA: Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil**, 2021. Disponível em: <https://www.cnabrasil.org.br/cna/panorama-do-agro>. Acesso em: 12 de out de 2021.

Relatório anual Raízen: 2020-2021. **Raízen**, 2020. Disponível em: <https://www.raizen.com.br/relatorioanual/2021/pdf/raizen-rs2021-pt.pdf>. Acesso em: 27 de ago de 2022.

Relatório de sustentabilidade: ambiental, social e governança. **JBS**, 2020. Disponível em: <<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/043a77e1-0127-4502-bc5b-21427b991b22/e691b11f-102f-70ed-f7be-ba38c777ce06?origin=1>>. Acesso em: 27 de ago de 2022.

Relatório de sustentabilidade 2020. **Cosan**, 2020. Disponível em: <<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/6aa68515-2422-4cc4-bafa-8870ccdfedb0/59182c72-fb71-ffc3-bbdd-64ea5f4cfde0?origin=2>>. Acesso em: 27 de ago de 2022.

Relatório de sustentabilidade 2020. **Marfrig**, 2020. Disponível em: <<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/b8180300-b881-4e6c-b970-12ad72a86ec8/5a8e3932-6563-439c-7807-eebfef670e63?origin=2>>. Acesso em: 27 de ago de 2022.

SANTOS, Elenice C. Ro-ginski M. Responsabilidade social ou filantropia? **Revista Técnica da Sanepar**, v. 20, n. 20, p. 18-27, jul/dez. 2003

SOARES, Gianna Maria de Paula. Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!? **RAE-eletrônica**, São Paulo, v. 3, n. 2, art. 23, jul./dez. 2004.

Unindo as pessoas por um mundo melhor: relato anual e de ESG Ambev 2020. **Ambev**, 2020. Disponível em: <<https://www.ambev.com.br/conteudo/uploads/2021/05/Relato-Anual-e-ESG-Ambev-2020.pdf>>. Acesso em: 27 de ago de 2022.

VIDALES, Katia Beatriz Villafán; ORTIZ, Dante Ariel Ayala. Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán y sus implicaciones em la competitividade. **Contaduría y Administración** 59, Michoacán, Out/Dez., 2014.