

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL: UM ESTUDO DAS AÇÕES DA AGCO DO BRASIL

Alessandra Maina Santos¹, Jane Márcia Mazzarino²

Resumo: Este artigo tem por objetivo caracterizar as ações de responsabilidade socioambiental na empresa AGCO do Brasil, de modo a verificar se ela realiza essas ações de forma sazonal ou contínua, obrigatória (legal) ou espontânea, visando também a avaliar se a organização pode ser considerada uma empresa social e ambientalmente responsável. O estudo é exploratório e utilizaram-se as pesquisas bibliográfica, documental e de campo. Teoricamente aprofundam-se aspectos sobre a responsabilidade socioambiental e seus indicadores. Foram identificados 16 projetos e programas voltados à responsabilidade social e ambiental.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental. Estudo exploratório. Estudo de caso.

SOCIAL AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY: A STUDY OF THE AGCO BRAZIL

Abstract: This paper aims to characterise the social and environmental responsibility in the company AGCO Brazil in order to verify whether the actions they carry out are seasonal or continuous, mandatory (legal) or spontaneous. It also determines whether the organization should be considered a social and environmentally responsible company. The study is exploratory. The bibliographical, documentary and field research were used. Aspects of social and environmental responsibility and their indicators are addressed theoretically. Sixteen projects and social and environmental responsibility programs have been identified.

Keywords: Environmental Responsibility. Exploratory Study. Case study.

1 INTRODUÇÃO

O termo responsabilidade socioambiental (RSA) vem sendo discutido desde 1950, quando os problemas decorrentes da industrialização fizeram com que a sociedade exigisse cuidados e responsabilidades nos âmbitos social e ambiental das empresas e governos.

Há empresas, contudo, que priorizam apenas os aspectos econômicos, principalmente por não conhecerem os benefícios de trabalhar com responsabilidade socioambiental,

1 Graduada em Relações Públicas pelo Centro Universitário UNIVATES.

2 Doutora em Ciências da Comunicação e docente do Programa de Pós-Graduação em Ambiente e Desenvolvimento (PPGAD) e dos cursos de Comunicação Social do Centro Universitário UNIVATES.

desfrutando do retorno positivo dessas ações, tanto para a comunidade quanto para a imagem da organização.

Por outro lado, muitas empresas já trabalham efetivamente nessa área, seja com ações pontuais ou que perduram. É o caso da AGCO do Brasil, empresa voltada para o ramo de negócios agrícolas. Fundada em 1990, com sede na Georgia, Estados Unidos, a empresa responde no Brasil pelas marcas Massey Ferguson e Valtra. Por produzir um grande número de máquinas, a empresa gera material com impactos ambientais, mas identificou-se que realiza ações que buscam minimizá-los.

O objetivo deste artigo é caracterizar as ações de responsabilidade socioambiental na empresa AGCO do Brasil, de modo a verificar se ela realiza essas ações de forma sazonal ou contínua, obrigatória (legal) ou espontânea, visando também a avaliar se a organização pode ser considerada uma empresa social e ambientalmente responsável.

A partir da pesquisa bibliográfica pôde-se compreender o significado de responsabilidade socioambiental e seus indicadores. As ações de responsabilidade socioambiental da AGCO foram caracterizadas por meio de pesquisa documental no *site* da empresa. Também realizaram-se entrevista semiestruturada com a orientadora de Projetos Sociais da empresa e observações durante visita à unidade da empresa, em Canoas, Rio Grande do Sul/Brasil. Os dados coletados foram tratados por meio de análise do conteúdo.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL AMBIENTAL

Já não basta atender bem o cliente, oferecer produtos de qualidade e com garantia para assegurar uma empresa no mercado competitivo. Atualmente o cuidado com os recursos naturais foi incluído entre os valores das organizações e é parte das ações de responsabilidade social.

A empresa AGCO identifica suas ações sociais e ambientais como de responsabilidade social, mas entre os autores da área verifica-se o uso de termos diversos, sendo os mais citados: responsabilidade social (RS), responsabilidade socioambiental (RSA) e responsabilidade social empresarial (RSE).

O termo responsabilidade social (RS) é usado de forma generalizada, referindo-se às ações envolvendo tanto a sociedade quanto o meio ambiente. Já o termo responsabilidade socioambiental (RSA) é utilizado por autores que estudam com maior profundidade as questões ambientais e os impactos causados pelas organizações e governos no meio ambiente e na sociedade. O termo pode ser utilizado da mesma forma que RS. A responsabilidade social empresarial (RSE) é voltada exclusivamente para as ações e responsabilidade das empresas acerca de seus resultados e os impactos causados durante a realização de suas atividades. Esse termo refere-se não só à responsabilidade das organizações com o público externo e com o meio onde estão inseridas, mas também com o público interno.

Em um primeiro momento, no início do século XX, acreditava-se em uma ideia diferente sobre a responsabilidade das empresas no âmbito social. “O Estado seria responsável pelas ações sociais, pela promoção da concorrência e pela proteção da sociedade. Já as empresas deveriam buscar a maximização do lucro, geração de empregos e o pagamento de

impostos” (TENÓRIO, 2004, p. 14). Dessa forma, as empresas exerceriam sua atividade social.

Os estudos feitos sobre RSE surgiram na década de 50, mas foi a partir de 1970 que as ações desenvolvidas a respeito do assunto ganharam destaque. Nessa nova concepção, entende-se que as empresas fazem parte de um ambiente e suas atividades refletem sobre diversos públicos, sejam internos ou externos. Tenório (2004) explica que a orientação do negócio visando a atender apenas os interesses dos acionistas torna-se insuficiente, sendo necessária a incorporação de objetivos sociais no plano de negócios como forma de integrar as companhias à sociedade.

Conforme Maimon (1994), na década de 80, a responsabilidade voltada para as questões com o meio ambiente passa, gradativamente, a ser encarada pelas organizações como uma necessidade de sobrevivência, constituindo um mercado promissor, diferenciando a política de *marketing* e de competitividade. Essa mudança de comportamento resultou de fatores como a opinião pública sensível aos assuntos relacionados ao meio ambiente, o que afeta os negócios de várias maneiras, como a resistência de consumidores em adquirir produtos de empresas que não levam em conta o cuidado ambiental no seu processo produtivo.

Além disso, com o avanço das comunicações, as informações sobre o uso exacerbado e indevido dos recursos naturais passaram a chegar aos indivíduos rapidamente. Cada vez mais as denúncias são divulgadas na mídia pelos noticiários.

Atualmente, observa-se uma crescente preocupação das empresas em realizar ações voltadas à sociedade, por entenderem que há reconhecimento e reflexos nos negócios. Segundo Tenório (2004), foi a partir da década de 1990 que esse movimento se fortaleceu no Brasil, quando houve o surgimento de diversas organizações não governamentais e o desenvolvimento do terceiro setor.

Froes e Neto (2001) ressaltam que o objetivo da responsabilidade social é estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva. Sua ética social é centrada no dever cívico. Assim, as expectativas e os interesses dos diversos públicos são levados em conta. Portanto as ações de responsabilidade social são voltadas a toda a sociedade e baseiam-se na construção de relações confiáveis e duradouras, que incluem o valor da sustentabilidade³.

Para D'arc e Félix (2009, p. 13), o papel das empresas é fundamental para a diminuição dos impactos ambientais.

3 Segundo Tenório (2004), há três formas de atuação social empresarial: filantropia empresarial, cidadania empresarial e responsabilidade social corporativa. Filantropia pode ser conhecida também como caridade. Já a cidadania empresarial pode ser compreendida como um conjunto de direitos e deveres que a empresa assume e realiza em sua cidade e comunidade. A terceira forma de atuação social empresarial, citada anteriormente, é a responsabilidade social corporativa. Aragão e Karkotli (2004) explicam que a responsabilidade social corporativa deve ser entendida como a obrigação da empresa em responder por ações próprias ou de quem a ela estiver ligada.

Cabe à empresa estabelecer uma relação justa com seus funcionários, consumidores, fornecedores e sociedade na qual está inserida, trazendo ganho às partes envolvidas nas trocas de capital, serviços e produtos. Deve, também, perceber-se como parte do Planeta, buscando reavaliar constantemente suas ações e conduta, de forma a garantir a sustentabilidade em curto, médio e longo prazo. A empresa deve monitorar sua forma de gestão dos negócios, incorporando instrumentos e ferramentas que facilitem o diagnóstico e a mudança positiva na redução dos impactos e ampliação dos resultados sociais e ambientais (D'ARC; FÉLIX, 2009, p. 13).

Com isso, as empresas podem buscar o crescimento voltado à sustentabilidade, que, para Paduam e Cassiano (2010), refere-se à capacidade de inserção em um determinado ambiente, sem impactar ou destruí-lo, ou ao menos impactando o mínimo. Esse cuidado refere-se a um ato de responsabilidade social.

Tenório (2004) salienta que há elementos que motivam as empresas na realização de ações de responsabilidade social. Entre eles, a autora cita as pressões externas, a forma instrumental ou questões de princípios.

De acordo com esse autor, as pressões externas estão relacionadas às legislações ambientais, aos movimentos e exigências dos consumidores, à atuação dos sindicatos trabalhistas e às reivindicações das comunidades afetadas pelas atividades industriais. Já a forma instrumental refere-se à oferta de algum tipo de benefício ou vantagem. Exemplo disso é o benefício de incentivo fiscal cedido pelos governos.

Se as organizações somente realizam ações por serem pressionadas por terceiros ou por receberem algo em contrapartida, não se garante a continuidade das ações, avalia Tenório (2004, p. 35):

Como consequência, se houver diminuição das pressões da comunidade em relação às questões ambientais, sociais e trabalhistas, ou se as leis de incentivos fiscais forem revogadas, as empresas poderão diminuir o montante de investimentos destinados a essas áreas.

Quando as ações de responsabilidade são motivadas por questões de princípios, último fator citado por Tenório (2004), as chances da descontinuidade dos investimentos sociais são reduzidas, pois esses valores passam a fazer parte da cultura da organização, guiando as suas ações e orientando as relações com fornecedores, clientes, governo, acionistas, meio ambiente, comunidades, entre outros.

É crescente o número de empresas que criam fundações ou participam de iniciativas de apoio a causas sociais e ambientais como forma de retribuição à sociedade. No que tange ao social, Froes e Neto (2001) classificam esse exercício da responsabilidade de duas maneiras: os projetos sociais e as ações comunitárias. Ambos apresentam características particulares. Os projetos sociais são empreendimentos voltados para a busca de soluções de problemas sociais que afligem a sociedade. Já as ações comunitárias “correspondem à participação da empresa em programas e campanhas sociais realizadas pelo governo, entidades filantrópicas e comunitárias ou por ambas” (FROES; NETO, 2001, p. 29). Também, podem ser realizadas ações de responsabilidade social voltadas diretamente ao público interno da organização, como ressaltam Aragão e Karkotli (2004, p. 40):

A maior parte das organizações, independentemente do porte, pode desenvolver iniciativas de responsabilidade social que contribuam para a satisfação dos seus colaboradores internos. Para citar alguns exemplos, tais iniciativas podem ser expressas através do planejamento das atividades que internamente são desenvolvidas, da adequação das instalações e equipamentos, da qualidade e transparência da comunicação interna, das oportunidades de desenvolvimento pessoal e de carreira que a organização oferece.

Podem-se incluir nessas iniciativas o planejamento de atividades culturais e recreativas, como festas de final de ano e gincanas, obtenção de planos de saúde, benefícios voltados aos empregados e seus familiares, programas de conscientização e educação ambiental, entre outros.

Quando o trabalho tem como foco o público interno de uma organização, prova-se que “os valores que orientam as políticas de responsabilidade social foram verdadeiramente internalizados e adotados como princípios e não como instrumentos de *marketing* [...]” (NETO, 2010, p. 29).

Com ações de responsabilidade social interna, transfere-se a ética social interna da organização para a comunidade, promovendo a cidadania externa. Isso ocorre porque as ações voltadas aos colaboradores refletem-se nas atitudes com o público externo, já que a forma como a empresa trata seus empregados evidencia-se também no modo como eles tratam clientes e fornecedores da organização. Além disso, colaboradores são importantes mediadores das informações sobre a empresa no ambiente externo.

Pode-se verificar que, de modo geral, as empresas começam a aplicar suas ações de responsabilidade social e ambiental a partir de uma abordagem externa e muitas vezes determinadas por pressão e, após, podem enveredar para um processo interno, passando a instituí-las como parte dos valores organizacionais.

Todas essas ações, voltadas ao meio ambiente e aplicadas tanto ao público interno quanto ao externo e ao meio ambiente, podem trazer um grande retorno para a organização. Para avaliar os reflexos dessas ações de responsabilidade socioambiental, as empresas devem, além de planejá-las e executá-las, monitorar e avaliar o resultado das mesmas, controlando os investimentos feitos.

Há vários indicadores que podem ser utilizados pela empresa como sistemas de avaliação que permitem às empresas verificar seu nível de envolvimento em questões socioambientais. Esses instrumentos possibilitam a comunicação clara da empresa com seus diferentes agentes.

Segundo Tenório (2004), os indicadores mais utilizados pelas empresas atualmente são: balanço social, a demonstração do valor adicionado e certificações de responsabilidade social.

O balanço social refere-se a relatórios que apresentam informações de ordem financeira, econômica e patrimonial. Tenório (2004) afirma que, dentre os benefícios da implementação do balanço social, ele identifica o grau de comprometimento social da empresa com a comunidade, com colaboradores e com o meio ambiente; evidencia, por meio de indicadores, as contribuições à qualidade de vida da sociedade; e avalia a administração por meio de resultados sociais, e não somente financeiros.

Já a demonstração do valor adicionado é um relatório que permite identificar quanto de valor uma empresa agrega à sociedade e de que forma ele é repartido entre os agentes. Conforme Ribeiro e Lisboa (1999 apud TENÓRIO, 2004, p. 41):

A análise da distribuição do valor adicionado identifica a contribuição da empresa para a sociedade e os setores por elas priorizados. Este tipo de informação serve para avaliar a performance da empresa no seu contexto local, sua participação no desenvolvimento regional e estimular ou não a continuidade de subsídios e incentivos governamentais. E, em um contexto maior, pode servir de parâmetro para definição do comportamento de suas congêneres.

O terceiro indicador é o certificado de responsabilidade social corporativo. São os conhecidos certificados SA 8000, ISO 9000, ISO 14000, entre tantos outros que surgiram para padronizar um conjunto mínimo de indicadores referentes aos aspectos éticos e de responsabilidade social na condução dos negócios. O certificado SA 8000 é internacional e incentiva as organizações a desenvolverem, manterem e aplicarem práticas socialmente aceitáveis no local de trabalho. Já o ISO 9000 refere-se à qualidade dos produtos e o ISO 14000, às questões ambientais⁴.

Para Froes e Neto (2001), os resultados internos também podem ser percebidos e identificados, sendo outro indicador para a organização dos resultados das ações de responsabilidade. A empresa percebe quando sua produtividade aumenta, quando os gastos com saúde dos funcionários diminuem ou se a organização consegue desenvolver potencial, habilidades e talentos dos funcionários, multiplicando as inovações.

Quanto aos resultados externos, a empresa lucra socialmente com a maior credibilidade e confiança do cliente em relação a ela, o que reflete no aumento da venda de seus produtos e serviços; reforçando, também, a sua imagem e aumentando a capacitação profissional da mão de obra local.

A partir desses pressupostos teóricos passa-se à caracterização da empresa AGCO para, em seguida, analisar suas ações de responsabilidade social e ambiental.

3 A EMPRESA AGCO

Esta sessão apresenta estudo na empresa AGCO do Brasil em uma de suas unidades, localizada em Canoas, Rio Grande do Sul. Essa unidade foi escolhida para aplicar a pesquisa porque o departamento que planeja e desenvolve as ações de responsabilidade social da empresa, no Brasil, está localizado nessa cidade.

A AGCO foi formada em 1990, por meio da aquisição da empresa alemã Deutz Allis, do grupo KHD. Atualmente, a AGCO têm sua sede em Duluth, na Georgia, EUA,

4 O ISO 14000 é um conjunto de normas que definem parâmetros e diretrizes para a gestão ambiental em empresas (privadas e públicas). Estas normas foram definidas pela *International Organization for Standardization* - ISO (Organização Internacional para Padronização). Ao seguir as normas do ISO 14000, as empresas podem reduzir significativamente os danos causados por suas atividades no meio ambiente e ainda receber certificado por sua conduta e política.

sendo fabricante e distribuidora mundial de equipamentos agrícolas. Responde por marcas conhecidas no setor agrícola, como Massey Ferguson e Valtra.

A empresa conta com mais de 2.600 concessionárias, estando seus produtos e máquinas presentes em mais de 140 países. Dentre sua produção podem ser listados tratores, colheitadeiras, equipamentos para fenação e forragem, pulverizadores, implementos e peças de reposição.

No Brasil, a AGCO iniciou suas atividades em 1996, quando adquiriu a Iochpe-Maxion, líder de mercado e responsável pelos tratores da marca Massey Ferguson. As unidades brasileiras da AGCO estão localizadas em Jundiá (SP), Mogi das Cruzes (SP), Santa Rosa (RS), Ibirubá (RS) e Canoas (RS), onde está localizada a maior planta da empresa na América Latina.

O posicionamento e a visão, assumidos pela AGCO, conforme exposto no seu *site*, têm foco no fornecimento de soluções de alta tecnologia para os produtores rurais que alimentam o mundo. Sua missão é o crescimento sustentável através do atendimento ao cliente, inovação, qualidade e comprometimentos superiores.

Para isso, conforme a AGCO, busca-se a conscientização de clientes, de fornecedores, de colaboradores e de todos os envolvidos direta ou indiretamente com a empresa. A AGCO do Brasil desenvolve diversas ações de responsabilidade social e ambiental, apresentando-as em seu *site*. A empresa pratica também ações que estão relacionadas às leis de incentivos fiscais, as quais não foram identificadas no seu *site*.

Nas análises realizadas na próxima sessão, caracterizam-se as ações, os projetos e os programas desenvolvidos pela empresa, assim como os públicos que pretendem atingir.

4 ANÁLISES

4.1 Ações ambientais

Segundo a AGCO do Brasil, para contribuir de forma responsável, garantindo que o meio ambiente esteja ecologicamente equilibrado, em sintonia com os processos e produtos da empresa, implantou-se o Sistema de Gerenciamento Ambiental em todas as suas unidades. Nele incluem-se atividades, projetos, ações e programas na área ambiental.

Conforme Maimon (1994), existem empresas que contam com um departamento de meio ambiente ou que desenvolvem funções ambientais, e sua responsabilidade é controlar as performances internas e externas relativas à regulamentação ambiental por meio de treinamentos e informações aos colaboradores, mensurar as emissões, o lixo industrial e os produtos e processos nocivos. Também elaboram planos de emergência, medem contato com a comunidade e tentam influenciar a estratégia política da organização.

No caso da AGCO é o setor de Comunicação e Responsabilidade Social que cuida da parte relacionada às atividades, ações, projetos e programas voltados às questões ambientais, segundo a orientadora de Projetos Sociais da empresa.

Dentre as ações apresentadas pela AGCO do Brasil estão os projetos tecnológicos de transmissões e motores, que reduzem as emissões e os ruídos enquanto prometem melhorar a

economia de combustível. A empresa, ainda, avança no uso de combustíveis biodegradáveis e biodiesel, caso do combustível feito da cana-de-açúcar.

O projeto Biocombustível e Ecologia refere-se ao desenvolvimento de motores que queimam misturas de diesel com óleos vegetais – retirados da soja, do girassol e de outros gêneros alimentícios. Atualmente, a AGCO oferece motores que queimam combustível B5 - diesel com 5% de matéria verde.

Esse motor pode se encaixar na categoria de produtos *ecobusiness*. Segundo Maimon (1994), esse termo designa uma gama de produtos cuja demanda cresce com a difusão da consciência ecológica. As empresas, desse modo, aproveitam oportunidades de mercado, deixando de considerar o meio ambiente como um adicional de custo e passam a vislumbrar lucros com a criação e a difusão de novos produtos e mercados.

Para Júnior e Gomes (2012), as novidades tecnológicas de algumas empresas são ostentadas pela publicidade ambiental, buscando gerar no indivíduo a sensação de grandes soluções e tranquilidade.

É no seu *site* que a AGCO do Brasil apresenta essas novidades tecnológicas, principalmente as relacionadas ao biodiesel. As informações ofertadas aos visitantes de sua página afirmam que “O biodiesel apresenta benefícios tanto para a terra quanto para os produtores”; “O biodiesel queima de maneira mais limpa e polui menos que outros combustíveis”; “O valor das culturas usadas para a produção de biodiesel aumentou significativamente”. Essas informações são intituladas como “Destques tecnológicos”.

Dessa forma, a empresa busca persuadir os clientes mostrando-lhes que, ao adquirirem suas máquinas, estão colaborando com o meio ambiente, minimizando os impactos causados por seu trabalho, como o caso da emissão de gás poluente decorrente do uso do trator, por exemplo, no dia a dia do campo.

Desde 1998, a AGCO do Brasil conta, também, em todas as suas unidades do Brasil, com o Programa Produção Mais Limpa (PML). Para Silva Filho e Sicsú (2003), a PML segue a postura que melhor contribui para a proteção ambiental.

A Produção Mais Limpa, segundo a UNEP (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), consiste na aplicação contínua de uma estratégia econômica, ambiental e tecnológica integrada aos processos e produtos, que evita a geração, minimiza ou recicla os resíduos gerados pelos processos produtivos, com a finalidade de aumentar a eficiência na utilização das matérias-primas, água e energia e de reduzir os riscos para as pessoas e para o meio ambiente (SILVA FILHO; SICSÚ, 2003, p. 4).

O Programa PML da AGCO atua em três níveis: eliminação ou redução na fonte, reaproveitamento interno e reciclagem externa. Para isso, a empresa desenvolve, dentro de seu programa de Gestão Ambiental, ações que contemplam todos os níveis.

Há dois programas que fazem parte da PML e que são destacados pela AGCO em seu *site*: Programa Reciclar para o Social e o Monitoramento dos Resíduos Sólidos, Efluentes Líquidos e Emissões Atmosféricas.

O Programa Reciclar para o Social: uma Atitude que Faz a Diferença tem como meta a promoção do desenvolvimento da consciência ambiental nos colaboradores e a geração de

renda para a comunidade carente. O programa baseia-se em um sistema de coleta seletiva que contempla o correto acondicionamento e a separação dos resíduos gerados na empresa, sendo realizada pelos próprios colaboradores.

Após, os resíduos são acondicionados na Central de Resíduos da AGCO e direcionados para a Associação de Reciclagem de Lixo Amigas Solidárias (Arlas), em Canoas, que trabalha com os resíduos possíveis de serem reciclados. Cerca de 1,5 toneladas de papel, papelão, plástico e vidro tem esse destino diariamente, conforme informa o *site* da empresa.

Nessa associação trabalham em torno de 40 pessoas. Na Arlas os associados realizam triagem e encaminham o material às empresas recicladoras, proporcionando uma renda mensal de aproximadamente R\$ 700,00 por associado, proveniente dos resíduos da AGCO.

Essa ação, ao mesmo tempo em que desenvolve a consciência ambiental e social em seus colaboradores, é divulgada como uma forma de ajuda à comunidade onde está inserida a empresa, que assim cumpre seu papel de Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Como já explicado por Aragão e Karkotli (2004), RSC deve ser entendida como a obrigação da empresa em responder por ações próprias ou de quem a ela estiver ligada. Os resíduos que estão sendo produzidos pela AGCO, desse modo, são destinados corretamente.

O *site* da empresa não esclarece, mas pelo fato de ser realizada com uma associação de Canoas, pressupõe-se que a atividade é feita somente na unidade dessa cidade. Uma vez que esses resíduos são produzidos em todos os processos de industrialização das várias unidades da empresa, independente do local onde está inserida sua unidade, entende-se que parcerias poderiam ser feitas com associações das demais localidades, o que não é informado pela empresa.

Quanto ao Programa de Monitoramento dos Resíduos Sólidos, Efluentes Líquidos e Emissões Atmosféricas, além de monitorar, promove o gerenciamento dos mesmos desde a geração até o destino final. Os efluentes líquidos, provenientes do processo fabril e os sanitários são tratados na Estação de Tratamento de Efluentes (ETE). Medidas de controle avançadas garantem que as emissões atmosféricas sejam eliminadas na origem.

A ETE também auxilia na realização do Projeto Gestão Sustentável dos Recursos Hídricos: Reuso de Água, que está implantado somente na fábrica de tratores, em Canoas. Segundo o *site* da empresa, o projeto contribui para o uso racional e a conservação sustentável dos mananciais; busca a utilização mínima de água nos processos produtivos e a máxima proteção ambiental com menor custo. Isso é feito por meio da Estação de Tratamento de Efluentes, que está em funcionamento desde abril de 2005.

O efluente tratado é reutilizado para descarga em todos os sanitários da empresa, lavagens industriais, posto de lavagem de tratores, rede de hidrantes, irrigação paisagística e preparação de emulsões oleosas. A medida busca proporcionar economia de 70% da água utilizada para fins industriais. A meta é que chegue a 100%. Esse é outro projeto que não está presente em todas as unidades da AGCO, mas poderia, visto que a empresa possui recursos suficientes para implantar a ETE nas demais filiais.

Da mesma forma, somente em sua unidade de Santa Rosa a AGCO desenvolve o Programa Lixo no Lixo, Santa Rosa no Capricho. O objetivo principal é a promoção da educação ambiental e a divulgação da prática da coleta seletiva em parceria com a

comunidade local. Esse programa assemelha-se ao Programa Reciclar para o Social, mas tem suas próprias características, como a realização de palestras, ministradas por colaboradores voluntários, em escolas de Santa Rosa, no Rio Grande do Sul.

São também entregues na comunidade coletores identificados para resíduo seco e orgânico, além da publicação de materiais impressos com dicas sobre a separação de resíduos e o calendário da coleta seletiva da cidade. Todo o material recolhido, passível de ser reciclado, é classificado e comercializado por 30 cooperativados da região Noroeste do Rio Grande do Sul.

Tenório (2004) entende que as empresas que realmente investem em responsabilidade social e ambiental querem disseminar a ideia, principalmente em sua cadeia produtiva. Por isso, para o público interno, a AGCO desenvolve o Programa de Capacitação Ambiental, em que busca estabelecer uma cultura pró-ativa na área de meio ambiente, capacitando os colaboradores e tornando-os peças chave para a manutenção e melhoria contínua do Sistema de Gestão Ambiental que pratica. A empresa realiza treinamentos por meio de intervenção teatral, distribuição de fôlderes e de cartilhas educativas. Esse programa é realizado em todas as unidades da empresa.

A partir do momento que se investe em ações inclusivas do público interno, as ações de responsabilidade que serão desenvolvidas na comunidade se legitimam frente à sociedade, podendo ser assimiladas como valor institucional. Afinal, quando se fala em responsabilidade para com a sociedade, deve, antes de tudo, haver comprometimento com a qualidade de vida dos colaboradores.

Para Maimon (1994), as empresas com performance ambiental são aquelas de maior inserção internacional, uma vez que, nesse ambiente, a sensibilização dos problemas ambientais vem implicando maior pressão dos acionistas, consumidores e/ou órgãos de financiamento para uma nova postura empresarial. Isso explica o fato de a AGCO, empresa multinacional, apresentar tantos projetos de responsabilidade relacionados ao meio ambiente.

Como forma de identificar resultados obtidos, a AGCO trabalha com alguns indicadores. Os certificados ISO são indicadores usados pela empresa e divulgados em seu *site*, mas o balanço social, que, segundo a orientadora de Projetos Sociais da AGCO, também faz parte dos indicadores da empresa, não foi disponibilizado para a análise deste estudo, conforme solicitado em visita à empresa.

Segundo Kunsch (2003), o balanço social constitui um instrumento capaz de demonstrar o montante de investimentos feitos pelas organizações em ações empreendidas em benefício do público interno, da cultura, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Levanta-se a hipótese de que, por se tratar da apresentação de valores financeiros, a AGCO prefere não abrir seu balanço social para o público externo, quando isso poderia comprovar se, de fato, é uma empresa responsável, que investe nas ações que melhoram a vida dos cidadãos e o meio ambiente.

Dentre suas unidades no Brasil, a AGCO conta com o certificado ISO 14001 em Canoas, Santa Rosa e Mogi das Cruzes. Ao receber o certificado do Sistema de Gestão

Ambiental, a AGCO tem a possibilidade de comprovar para o mercado e para a sociedade que adota um conjunto de práticas destinadas a minimizar impactos que imponham riscos à preservação ambiental.

O certificado ISO 14001 garante que há redução da carga de poluição gerada pelas organizações, porque envolve a revisão de um processo produtivo visando à melhoria contínua do desempenho ambiental, controlando insumos e matérias-primas que representem desperdícios de recursos naturais.

Os certificados ambientais promovem a aceitação da sociedade sobre as atividades que a empresa realiza, fortalecendo a marca da organização e o bom relacionamento na comunidade onde está inserida ou naquela onde quer oferecer seus serviços ou produtos.

Uma forma de reconhecimento social das ações de responsabilidade socioambiental que a empresa realiza se dá com os prêmios que têm recebido, informação que dispõe em seu *site*. Dos 57 prêmios divulgados, 31 referem-se direta ou indiretamente às ações ambientais da empresa. São premiações relativas às diferentes unidades da empresa.

Analisando as ações ambientais apresentadas pela AGCO, verificou-se um total de oito, das quais cinco são voltadas para os clientes, quatro focam o relacionamento com a comunidade, duas com os acionistas e cinco são direcionadas aos colaboradores.

As análises mostraram que a empresa divulga as ações de modo a ter o reconhecimento do cliente, o que compra seus produtos, e do colaborador, aquele que desenvolve os produtos e é peça fundamental para que eles estejam bem fabricados e prontos para serem entregues aos clientes e consumidores. Além disso, o *site* funciona como um meio de comunicação das ações caracterizadas com os concorrentes e fornecedores.

Na área ambiental não se pode negar que a empresa apresenta consideráveis projetos que, de alguma forma, buscam diminuir seus impactos no ambiente.

4.2 Ações sociais

Na visita feita à AGCO, a orientadora de Projetos Sociais destacou, dentre as ações sociais da empresa, os Projetos Inclusão Social, Capacitação e Acessibilidade (I.S.C.A) e Pescar, voltado para a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Segundo a informante, o objetivo geral do I.S.C.A. é estabelecer um ambiente que reconheça, respeite e acolha com dignidade a diversidade. Esse projeto ocorre em todas as unidades da AGCO no Brasil.

No Rio Grande do Sul, o Projeto I.S.C.A. é realizado em parceria com o Pestalozzi (Canoas), instituto educacional para pessoas com deficiências, e a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae) de Santa Rosa. Está em vigor há 10 anos e busca cumprir com a lei brasileira, que estabelece cotas nas empresas a serem preenchidas por pessoas com alguma deficiência, levando em consideração a quantidade de colaboradores que a empresa possui. O preenchimento refere-se a 5% de cada setor da empresa com esses profissionais.

Na entrevista, a orientadora do Projeto admitiu que o projeto foi criado por exigência legal, mas a empresa percebeu que poderia desenvolver algo que inspirasse outras empresas e que servisse de exemplo para os seus colaboradores, visto que deveria resultar em atitudes

coletivas para ajudar o próximo na inicialização das atividades profissionais. Hoje todos os colaboradores participam desse processo de inclusão.

Segundo Neto (2010), ao investir no respeito às diferenças, no exercício da tolerância, aderindo ao princípio do diálogo e do trabalho colaborativo, as organizações se beneficiam com uma série de ganhos advindos dessas práticas. Nesse caso, pode-se citar a aproximação com a imprensa que, segundo a orientadora de Projetos Sociais, procura a AGCO quando há pautas relacionadas ao assunto.

Além disso, pode haver outros ganhos, como “[...] a construção de um bom conceito diante da comunidade, o reconhecimento e aceitação pelo público consumidor, a satisfação por parte dos empregados, um melhor desempenho financeiro, uma maior produtividade, entre outros” (NETO, 2010, p. 35).

Ao chegar à AGCO em Canoas, já na recepção, o visitante, fornecedor ou cliente, encontra um colaborador com deficiência, o que pode sensibilizar quem se depara com tal situação, fazendo-o refletir sobre esse papel desempenhado pela empresa. Ela continua contratando pessoas com deficiência, mesmo tendo em sua unidade de Canoas duas pessoas além da cota estabelecida pelo Ministério do Trabalho.

Claro está que o que mais é levado em consideração pelas empresas é a questão legal, afinal envolve multas no caso do não cumprimento das normas. De qualquer forma, por estabelecerem, por conta própria, uma meta acima de 5% na contratação de pessoas com deficiência para cada setor, a empresa demonstra estar comprometida com essa causa.

O outro projeto que se destaca na AGCO é o Pescar. Seu objetivo e missão geral, conforme divulgado no *site*, é proporcionar o desenvolvimento profissional e pessoal para jovens em vulnerabilidade social. O Projeto foi implantado em 2003 e formou cerca de 400 jovens em quatro unidades da AGCO no Brasil. As aulas teóricas são ministradas por colaboradores voluntários. Após as aulas teóricas, os jovens são encaminhados para a prática no ambiente da empresa.

Atualmente, em cada planta industrial, são atendidos 15 jovens no curso de Iniciação Profissional em Produção Mecânica, com duração de 11 meses e contratação pela Lei nº 10.097/00 - Jovem Aprendiz. Nos dez anos de existência do Projeto, até o final de 2013, a AGCO atendeu 382 jovens, com idades entre 17 e 19 anos, oriundos de famílias menos favorecidas.

Legalmente, estabelece-se a cobertura da cota de 5% a 15% de aprendizes nas empresas que tiverem trabalhadores, com funções que demandam formação profissional. Para isso, as empresas podem incluir qualquer jovem que queira participar do Jovem Aprendiz. Mesmo assim, a empresa aproveitou essa lei para incluir esses jovens no Projeto Pescar AGCO, em que, por escolha da própria empresa, os jovens selecionados são de famílias em estado de vulnerabilidade. Essa iniciativa favorece a imagem da empresa diante da comunidade onde está inserida.

Outra ação social divulgada no *site* da AGCO é o Programa de Segurança e Saúde Ocupacional, focado no público interno. São desenvolvidos trabalhos em saúde preventiva, com programa de segurança do trabalho, voltado à prevenção de acidentes e à eliminação dos riscos dos funcionários da empresa. Campanhas e exames são realizados ao longo do ano,

com o intuito de orientar os colaboradores sobre a importância da prevenção; atendimento de clínicos gerais e médicos especialistas no próprio Serviço de Saúde do Trabalhador da empresa, além de serem disponibilizados programas de assistência médica, auxílio-farmácia, palestras especiais e acompanhamento.

Ações preventivas e educativas são realizadas conforme datas comemorativas ou épocas do ano, quando a empresa realiza campanhas para cada área da saúde especificamente, objetivando a prevenção. Dentre elas estão: Campanhas de Vacinação; Campanha Anti-Aids e Doenças Sexualmente Transmissíveis; Prevenção do Câncer de Mama e do Colo do Útero; Dia Mundial sem Tabaco; Capacitação em Primeiros-Socorros; Câncer de Próstata; Verão Legal; Dia Mundial da Saúde; Programa De Bem com a Vida; e Incentivo ao Esporte.

A AGCO admite em seu *site* que, com essas ações, promove o envolvimento dos colaboradores com a empresa para obter bons resultados e, especialmente, a satisfação deles. O objetivo da AGCO vai além do bem-estar do colaborador, pois também percebe que colaborador “bem cuidado” é sinal de maior produtividade. De qualquer forma, reconhece-se que há investimentos para essas campanhas, visto que, diferentemente das ações iniciadas por meio de exigências legais, estas, voltadas ao colaborador, são de iniciativa da empresa.

Já o Programa Contratação de Mão de Obra Presidiária é realizado por meio de convênio com a Superintendência dos Serviços Penitenciários (Susepe), na unidade da AGCO em Santa Rosa. O Programa oportuniza trabalho remunerado a um grupo de apenados desse município, reduzindo, também, um dia da pena para cada três trabalhados. Os apenados trabalham com a produção de componentes e realizam operações de manutenção de equipamentos na própria unidade penitenciária. Além disso, a empresa treina os detentos para a realização das tarefas e ministra palestras sobre segurança do trabalho e prevenção do meio ambiente, oferecendo os equipamentos de proteção individuais necessários para a realização do trabalho.

Esse projeto pode ser enquadrado como sendo de cidadania empresarial. Segundo Silva, Reis e Amâncio (2011), o conceito de cidadania empresarial caracteriza o envolvimento da empresa em programas sociais de participação comunitária, podendo envolver o voluntariado, o compartilhamento de sua capacidade gerencial, parcerias com associações ou fundações e investimentos em projetos socioambientais.

Há de se considerar que nem todas as empresas oferecem esse tipo de oportunidade, visto que existe preconceito em realizar parcerias com penitenciárias por se duvidar da ética e da responsabilidade daquele indivíduo que dela faz parte. Mesmo assim, a AGCO insere esses trabalhadores nas atividades da empresa, aumentando os resultados da produção e, também, melhorando sua imagem.

Existem ainda programas sociais que possibilitam a transferência de recursos provenientes do Imposto de Renda. Entre eles estão o Programa de Apoio ao Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente e o Programa Fundo do Milênio para a Primeira Infância. Ambos são divulgados no *site* da empresa AGCO.

Com o Programa de Apoio ao Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente, a AGCO procura conhecer os projetos existentes nas comunidades nas quais suas fábricas

estão instaladas e escolhe aquele que apoiará, com uso de uma porcentagem do valor que pagaria de imposto de renda.

Já o apoio ao Programa Fundo do Milênio para a Primeira Infância é concebido pelo Banco Mundial, em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, a Unesco. O objetivo é melhorar o atendimento em escolas de educação infantil do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

No ano de 2012, diversas ações foram realizadas com base na Lei de Incentivos Fiscais, as quais não foram divulgadas no *site*, mas informadas pela orientadora de Projetos Sociais da AGCO. Dentre as ações apresentadas estão as parcerias com algumas entidades, como:

- Apae de Ibirubá: inclusão digital e compra de impressora em braile;
- Fundação Uma Luz no Amanhã (Ulna), de Viamão: investimento na realização de manutenção da instituição;
- Associação de Familiares e Amigos de Pessoas com Necessidades Especiais (Afapene), de Santa Rosa: investimento na manutenção da instituição;
- Apae de Esteio: investimento na aquisição de carro Doblô adaptado;
- Signatures (da Ufrgs) – Projeto Gestos que Falam: inclusão por meio de oficinas de teatro para pessoas com deficiência auditiva;
- Associação de Proteção à Menina (Apromes), de Santa Rosa: manutenção da instituição;
- Associação de Cegos do Rio Grande do Sul (Acergs): promoção do esporte paraolímpico para cegos.

Por meio desses e de outros projetos, a AGCO aproveita a condição dada pelo governo para utilizar valores financeiros em ações sociais, culturais e educacionais. Isso possibilita a divulgação da marca e o fortalecimento das relações com as comunidades. Segundo a informante da empresa, essas ações nem sempre são divulgadas, mas as próprias entidades atendidas acabam divulgando-as. No caso da Apae de Esteio, a associação colocou por conta própria o logo da AGCO na Doblô adquirida com o investimento da empresa.

Pode-se caracterizar essas ações como sendo filantrópicas, pois, conforme Silva, Reis e Amâncio (2011), a filantropia empresarial é caracterizada como uma ação social assistencialista, caridosa e, predominantemente, temporária. Ela costuma se resumir a doações de recursos financeiros ou materiais. Mesmo assim, é bom lembrar que essas ações não são totalmente voluntárias, porque a AGCO talvez não as realizasse caso não fossem proporcionadas pela Lei de Incentivos Fiscais.

A empresa possui o certificado relacionado à responsabilidade social, o ISO 18001, referente ao Sistema da Segurança e Saúde Ocupacional. Esse sistema tem por objetivo assegurar o bom cumprimento de procedimentos e cuidados que venham garantir o gerenciamento dos riscos à saúde e à segurança em uma organização. Estando todos esses procedimentos funcionando, a Certificação do Sistema da Segurança e Saúde Ocupacional serve ainda para mostrar, tanto para os fornecedores quanto para os consumidores, o grau de seriedade do trabalho de uma organização.

Da mesma forma que o certificado ambiental, nem todas as unidades da AGCO possuem os certificados relacionados às ações de responsabilidade social. Das unidades da AGCO no Brasil, as de Canoas, Santa Rosa e Mogi das Cruzes possuem esses certificados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, buscou-se compreender o tema responsabilidade social e ambiental no âmbito empresarial. Para isso, realizou-se pesquisa de cunho qualitativo, baseada nas pesquisas bibliográfica, documental e de campo. O objetivo deste artigo foi caracterizar as ações de responsabilidade socioambiental na empresa AGCO do Brasil, de modo a verificar se ela realiza essas ações de forma sazonal ou contínua, obrigatória (legal) ou espontânea, visando também a avaliar se a organização pode ser considerada uma empresa social e ambientalmente responsável.

Identificaram-se e caracterizaram-se as ações de responsabilidade social e ambiental na empresa AGCO do Brasil. Foram identificados 16 projetos e programas voltados à responsabilidade social e ambiental, em sua maioria divulgados no *site* da empresa.

Verificou-se que as ações são realizadas de forma contínua, algumas estimuladas por uma obrigação legal, mas muitas decorrentes de um fazer espontâneo da organização. Pela quantidade e qualidade das ações pode-se afirmar que a empresa se caracteriza como social e ambientalmente responsável.

Os dados coletados apontaram que a empresa analisa os contextos onde atua e tem se posicionado estrategicamente, tanto em relação à comunidade interna quanto à externa. Seu posicionamento decorre da leitura da estrutura social em que está inserida.

No caso da AGCO, este estudo permite apontar que a empresa busca realizar a gestão estratégica da responsabilidade socioambiental, o que requer que se incorpore o valor ambiental entre os valores da empresa, que se defina como interferir no sistema por meio de ações de responsabilidade socioambiental, que se determine que objetivos serão estabelecidos para a responsabilidade socioambiental da empresa, que se realize o planejamento das ações, que se defina modos de análises e avaliações das atividades, assim como as formas para controlar e otimizar os processos, a fim de atingir as metas estabelecidas com os recursos disponíveis, satisfazendo necessidades.

Entende-se que, quando uma organização se volta para a gestão estratégica das ações de responsabilidade socioambiental, ela assume o papel de um ente coletivo, que empreende um processo de reconstrução de sentidos sobre sua relação com o ambiente, o que em si se refere a um processo de comunicação e de cidadania ambiental. As ações da AGCO comunicam um modo de interferir na sociedade em relação a aspectos sociais e ambientais.

A organização analisada, de algum modo, faz circular um sentido de empresa como instância empreendedora de processos de desenvolvimento humano, o que aponta para uma mudança histórica do fazer empresarial. Isso porque uma empresa que atua na linha da responsabilidade socioambiental como um valor que toma para si passa a ser agente de mudanças.

REFERÊNCIAS

- AGCO DO BRASIL. **Sobre a AGCO**. Disponível em: <http://www.agco.com.br/empresa/sobre_agco.aspx>. Acesso em: 07 set. 2013.
- ARAGÃO, Sueli Duarte; KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social: Uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Sistema de gestão ambiental ABNT NBR ISO 14001**. Disponível em: <http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod_pagina=1006>. Acesso em: 23 set. 2013.
- CASSIANO, Célia Maria; PADUAN, Márcia Dias Barbosa. Estudo de Caso Petrobras: Comparação entre as Ações de Marketing Ambiental e a Comunicação Institucional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** São Paulo: Faculdade Anhanguera de Campinas, 2010. p.3-12.
- D'ARC, Joana; FELIX, Bicalho. **Gestão da comunicação e Responsabilidade Socioambiental – Uma nova visão de marketing e comunicação para o Desenvolvimento Sustentável**. 1. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.
- FILHO, Julio Cesar Gomes da Silva. Produção Mais Limpa: uma ferramenta da Gestão Ambiental aplicada às empresas nacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2003, Ouro Preto. **Anais...** Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2003. p. 4-8.
- FROES, César; NETO, Francisco P. de Melo. **Gestão de Responsabilidade Social Corporativa: O caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2001.
- GOMES, Helena Lemos dos Reis Magalhães; JÚNIOR, Antônio Ribeiro de. **Gestão ambiental e interesses corporativos: imagem ambiental ou novas relações com o ambiente?** v.15. São Paulo: Ambiente e Sociedade, 2012.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- PLANAUTO. Lei No 10.097, de 19 de dezembro de 2000. Altera dispositivos da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10097.htm>. Acesso em: 29 set. 2013.
- MAIMON, Dália. Responsabilidade ambiental das empresas brasileiras: Realidade ou discurso. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 34, 1994.

NETO, Julio Afonso Sá Pinho. **Ética, responsabilidade social e gestão da informação nas organizações**. v. 20. João Pessoa: Informação & Sociedade, 2010.

SGS GROUP. **Certificação SA 8000** - responsabilidade social. Disponível em <<http://www.sgsgroup.com.br/pt-BR/Sustainability/Social-Sustainability/Audit-Certification-and-Verification/SA-8000-Certification-Social-Accountability.aspx>>. Acesso em: 13 de nov. 2013.

SILVA, Sabrina Soares da; AMÂNCIO, Robson; REIS, Ricardo Pereira. **Paradigmas ambientais nos relatos de sustentabilidade de organizações do setor de energia elétrica**. v.12. São Paulo: Ver. Adm. Mackenzie, 2011.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.