



Evento	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2015
Local	Porto Alegre - RS
Título	Levantamento das principais motivações para Responsabilidade Socioambiental Corporativa no Brasil
Autor	RENATA RIBEIRO DE ATHAYDE
Orientador	JOSE LUIS DUARTE RIBEIRO

TÍTULO: Levantamento das principais motivações para a Responsabilidade Socioambiental Corporativa no Brasil

Autor: Renata Ribeiro de Athayde

Orientador: José Luis Duarte Ribeiro

Colaboradora: Natália Pietzsch

Instituição de ensino: Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Nas últimas décadas, a ideia de Desenvolvimento Sustentável tem sido amplamente difundida. Sociedade, governos, clientes e fornecedores passaram a se importar mais com suas práticas, hábitos de consumo e como tais atitudes podem afetar as futuras gerações. Nesse contexto, torna-se imprescindível às empresas implementar ações sustentáveis em suas atividades de produção, bem como incorporar o conceito de Responsabilidade Socioambiental Corporativa em sua cultura. O presente estudo objetiva identificar as principais motivações das empresas que aderem às práticas socioambientais por intermédio da aplicação de uma pesquisa do tipo *survey*. Para tanto, foram necessárias três etapas: a primeira etapa consistiu na identificação e listagens das principais motivações que levaram à adoção de medidas de RSAC; na segunda etapa houve a elaboração do instrumento de pesquisa; na terceira e última etapa foram realizadas a aplicação e análise dos resultados do questionário a fim de verificar o padrão de comportamento de empresas brasileiras. O questionário é uma Pesquisa Aplicada de resultados quali-quantitativos, tendo sido apresentado às empresas através de ligações telefônicas e, posteriormente, enviado eletronicamente para bancos de dados de associações e sindicatos industriais. O *survey* ficou disponível online nos meses de março e abril de 2015. Após a coleta de dados, os respondentes foram reagrupados de acordo com características afins e as análises estatísticas foram feitas utilizando-se dos testes do “Qui Quadrado” e Kolmogorov-Smirnov. Os resultados finais indicaram que as tendências identificadas por alguns dos principais autores internacionais no campo da RSAC não correspondem à realidade Brasileira. Através da pesquisa, foi possível identificar as principais motivações internas e externas que levam empresas nacionais a aderir às ações de desenvolvimento sustentável. Entre essas motivações, destacam-se algumas que foram citadas por grande parte das empresas entrevistadas: Atender às legislações e regulamentos nacionais (87%); Buscar o reconhecimento de "Empresa Sustentável" e valorização da marca (62%); Contribuir para a proteção ao meio ambiente e controle da poluição (58%); Buscar a redução na geração de resíduos (53%); Diferenciar-se das demais empresas do segmento (47%).