

(x) Graduação () Pós-Graduação

**BRF S.A E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO
SETOR DO AGROINDUSTRIAL.**

Jadson Bezerra dos Santos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
jadsonsantos96@gmail.com

Jailson da Silva Gomes
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Jailson.gomes@ufms.br

Matheus Botega
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
matheus.botega@ufms.br

Valdir Antunes dos Santos Junior
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
valdir.santos@ufms.br

Susan Yuko Higashi
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS CPCS
E-mail: susan.higashi@ufms.br

Janaina Cabral da Silva
E-mail: janaina.cabral@ufms.br

RESUMO

Com o avanço tecnológico, as empresas expandiram globalmente suas operações, particularmente no agronegócio, resultando em uma produção em larga escala. Esse crescimento repentino de diversas empresas levantou preocupações sobre os possíveis impactos ambientais e sociais gerados pelas atividades empresariais. Isso incentivou o surgimento do conceito de responsabilidade social, definido como o respeito ao direito dos outros e a contribuição para o desenvolvimento social sustentável. Diante disso, este estudo tem como objetivo ressaltar a importância da responsabilidade social da empresa BRF S.A. Para tanto, foi empregada a metodologia de pesquisa explicativa, baseada em dados do Relatório Integrado de 2022 da BRF S.A. A BRF S.A é uma empresa, com quase 90 anos de funcionamento, que demonstra um forte compromisso com a responsabilidade social, como investimento de parte de seu recurso financeiro em diversas ações voluntárias e projetos ambientais desenvolvidos. Dentre os projetos se destacam o Alimento que transforma, Educação para o futuro, cozinhas solidárias, Combate ao desperdício dentro de casa, a Energia Limpa e o Reuso de água.

Palavras-chave: Agronegócio; Responsabilidade Social; BRF S.A; Projetos.

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço das tecnologias as empresas conseguiram expandir a distribuição de seus produtos para diversos países do mundo, o que gerou o aumento da produção em grande escala, das indústrias e, principalmente, no agronegócio. Barros (2022, p.2) descreve o agronegócio como “um feixe de cadeias produtivas, definidas como uma sequência coordenada que, a partir de insumos, chega à produção de matérias primas agropecuárias, ao seu processamento e à distribuição, no tempo e no espaço, aos consumidores de seus derivados”.

Uma vez que, empresas bem-sucedidas são aquelas que contribuem para o desenvolvimento econômico, e levam em consideração o ambiente social, tais como atitudes coletivas que acarretam sucessivas mudanças na sociedade. Juntamente, com a crescente preocupação com o meio ambiente e a imagem que o produto passa, as empresas começaram a alinhar seus objetivos ao desenvolvimento sustentável (Baron; Shane, 2007).

Para Soares (2004, p.4): “[...] a responsabilidade social corporativa se assenta sobre três pilares fundamentais, quais sejam: a ética empresarial, a preservação dos recursos naturais e o respeito aos trabalhadores”. Perante o exposto, as empresas devem ponderar sobre os impactos gerados de suas atividades, além de adotarem possíveis soluções para minimizar ou extingui-los. Uma vez que, a matéria-prima retirada do meio ambiente ou serviço prestado por essas empresas, para do desenvolvimento de seus produtos, culminam na transformação do ambiente ao redor, tendo isso em vista, incumbe à empresa a responsabilidade não apenas com os seus colaboradores e seu produto, mas também com o ambiente e a sociedade (Ribeiro, 2002).

Essa forma de pensar, foi um dos fatores que incentivou o surgimento do conceito de responsabilidade social. Ribeiro (2002, p. 2) define a responsabilidade social como:

“[...] o respeito ao direito dos outros, que pode ser entendido como o “agir corretamente” ou a contribuição para o desenvolvimento social sustentável. Nesse sentido, sua abrangência tem mudado ao longo dos tempos, visando atender às premissas de cada momento, de cada cultura. Afinal, o conceito de certo e errado evolui com o homem.”

Portanto o presente estudo tem como objetivo ressaltar a importância da responsabilidade social da empresa BR Foods S.A. Para tanto, a metodologia abordada é a pesquisa explicativa que tem como objetivo “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para ocorrência dos fenômenos” (Gil, 2022, p.43). Este tipo de pesquisa se faz necessário pela aproximação com o real e concreto já que se baseiam em fatos existentes;

produzidos e publicados pela própria empresa. Assim se faz a exposição dos referidos dados e em seguida uma suposição teorizada de seus resultados.

Os dados utilizados para a análise são dados secundários, disponíveis no *site* da empresa BRF S.A. Portanto, fez-se o uso do Relatório Integrado do ano de 2022, cujo relatório possui informações de anos anteriores. Optou-se por esse período, uma vez que o relatório do ano de 2023 ainda não se encontra disponível.

2 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A BRF é uma empresa que está em funcionamento há quase 90 anos, e possui um alcance global na distribuição de alimentos. No Brasil, por exemplo, possui marcas como Sadia, Perdigão, Qualy, Claybom, Deline e Banvit, sendo mais de 3 mil produtos em atuação global (BRF, 2022).

Por ser uma empresa tão grande, com diversos produtos fabricados e comercializados, surge a preocupação de como esta lida com os descartes e com o seu processo de produção, uma vez que a produção não deve impactar negativamente o meio ambiente ou até mesmo a sociedade. Diante disso, a BRF possui diversas ações voluntárias desenvolvidas pelo seu próprio instituto que tem como seu objetivo “analisar as oportunidades e prioridades junto à comunidade para, então, gerenciar todas as ações de investimento social nas cidades” (BRF, 2022, p. 92). No ano de 2022 a BRF destinou cerca de 15,8 milhões para essas ações.

Quanto ao meio ambiente, em 2020, a BRF investiu 123,8 milhões em projetos de redução aos impactos ambientais. Além de contar com seu programa de excelência energética que busca promover o consumo sustentável dentro de suas fábricas, por meio de parcerias para a geração de energia limpa, solar e eólica. Tal fato teve seu impacto, uma vez que do total de energia consumida na empresa, no ano de 2022 (31.876.320,43 kw/h), somente 6% eram de fontes não renováveis (BRF, 2022).

Já em relação à água, a empresa adotou o método de reuso, para evitar novas retiradas de água do meio ambiente, tendo como priorização a captação superficial. Em virtude de a empresa não utilizar a água como matéria-prima, 95% da água captada é devolvida tratada ao meio ambiente (BRF, 2022).

A BRF, também se preocupa com os riscos e impactos das emissões de gases de efeito estufa (GEE) em toda a cadeia de valor e sobre seu volume de emissão de GEE, a BRF afirma:

Nosso volume de emissões de GEE está concentrado na cadeia de valor, em especial, na agropecuária e nos processos logísticos. Na operação, temos grande proporção de

energia renovável e um sistema de gestão ambiental que resulta em um menor perfil de emissões. A BRF possui, também, floresta renovável plantada, como estoque de carbono. É um impacto positivo para o meio ambiente, por contribuir para a regulação do clima e para a mitigação dos impactos gerados pelas atividades próprias.” (BRF, 2022, p.31).

Diante dos dados divulgados no relatório integrado do ano de 2022, percebe-se que a empresa BRF possui um forte senso de responsabilidade social. E que essas ações voltadas à sociedade e meio ambiente, contribuem cada vez mais para o fortalecimento da sua marca e produtos.

3 CONCLUSÕES

O estudo ressalta o forte compromisso que a BRF tem com a responsabilidade social e ambiental. Este compromisso não só demonstra uma abordagem ética e sustentável, mas também serve como uma vantagem competitiva no mercado. As práticas adotadas pela empresa não só demonstram um cuidado com a sociedade e o meio ambiente, mas também destacam a importância de integrar a responsabilidade social como pilar fundamental na estratégia empresarial. Pois, ao fazer isso, a BRF não apenas cumpre seus deveres éticos, mas também colhe os benefícios de um impacto positivo em sua marca e produtos.

Essas iniciativas desempenhadas pela BRF, como investimento em projetos ambientais, adoção de práticas de reuso de água e a adoção da eficiência energética exemplificam uma postura proativa em direção à sustentabilidade. Ao destinar recursos substanciais para reduzir os impactos ambientais e promover o envolvimento da comunidade, a BRF estabelece um exemplo a ser seguido por outras empresas.

Contudo, essas práticas ressaltam a influência transformadora que a responsabilidade social possui quando integrada aos valores e operações fundamentais de uma empresa. Ao fazer a utilização dessas práticas as empresas não apenas melhoram a reputação de sua marca, mas também abrem caminho para um modelo de negócios mais sustentável e inclusivo. O caso da BRF permanece como um testemunho de que cada vez mais as empresas estão aderindo a adoção dessas práticas.

REFERÊNCIAS

BARON, R. A. SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BRF, **Sustentabilidade**, 2024. Disponível em: < <https://www.brf-global.com/sustentabilidade/central-de-conteudo/>. > Acessado em : 18 de Março de 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. São Paulo: Atlas, 2022. 1 recurso online. ISBN 9786559771653.

KOTZ, John C. et al. (null). **Química geral e reações químicas**, v. 1. 4. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2023. 1 recurso online. ISBN 9786555584516.

MARCELINO, Carla Andréia Alves da Silva. **Metodologia de pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. 1 recurso online. ISBN 9786557455203. P. 18,19.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, **Poluentes Atmosférico**, 2024. Disponível em: < <https://antigo.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/qualidade-do-ar/poluentes-atmosf%C3%A9ricos.html> >. Acessado em: 18 de Março de 2024.

RIBEIRO, M. S; **A Evolução dos Conceitos de Responsabilidade Social**. São Paulo. 2002. Disponível em: < <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/2610/2610> >. Acessado em: 12 de Março de 2024.

SOARES, Gianna Maria de Paula. **Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa?**. RAE eletrônica, v. 3, 2004.