

Título: UM OLHAR PARA AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DE UMA EMPRESA BRASILEIRA DO SETOR DE COSMÉTICOS: Modos de atuação em relação à sua colaboração para o processo de Inovação Social.

Autores: Joana Moura e Marco Braga

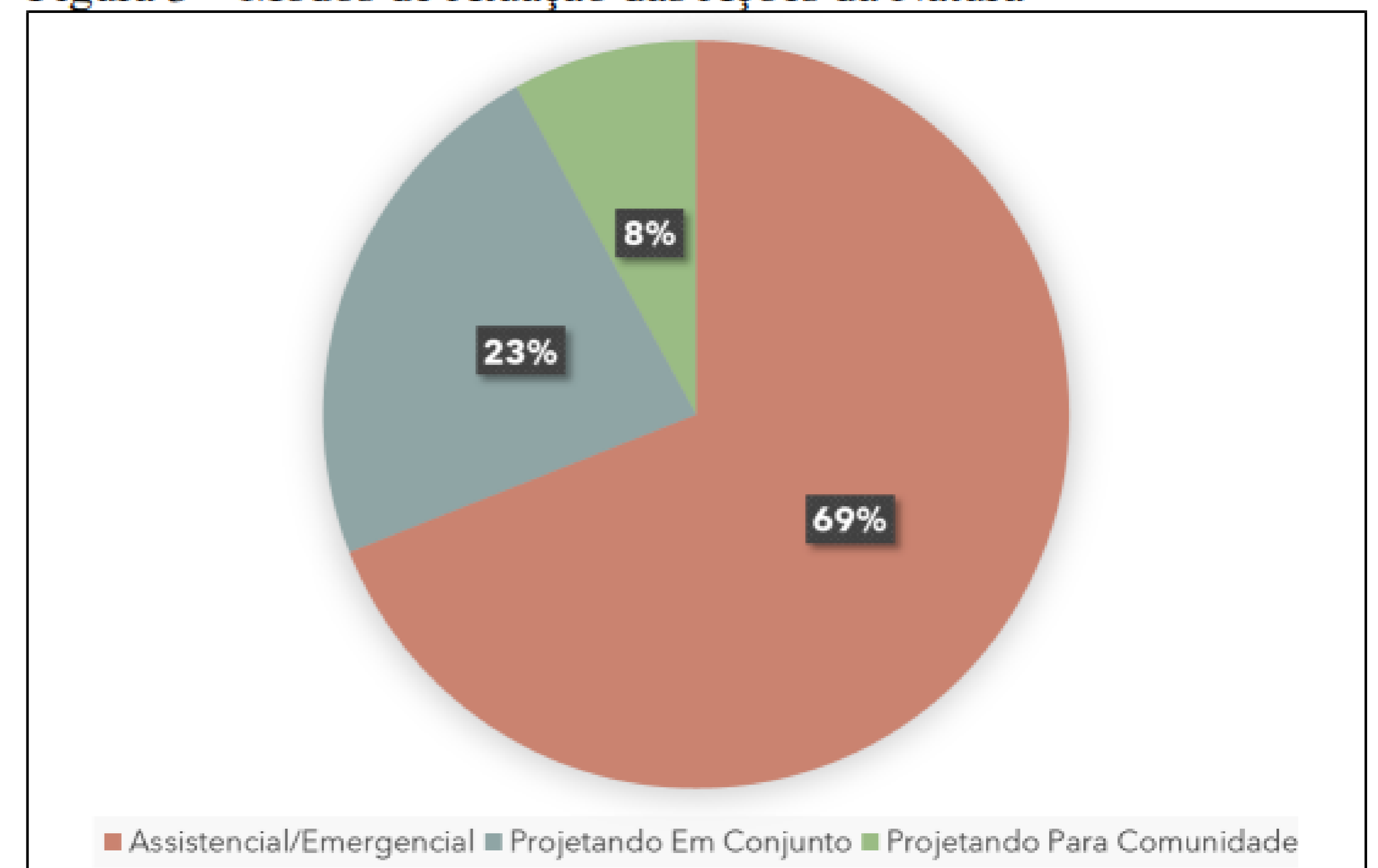
Objetivo: Este artigo tem como objetivo geral compreender como, e se, as grandes empresas colaboram para o fluxo de Inovação Social, utilizando como base teórica o conceito de Design para Inovação Social e Sustentabilidade, no qual um dos elementos fundamentais é a proposição de soluções habilitantes/facilitadoras como ferramentas de transformação/mudança. Nesta pesquisa analisamos a empresa Natura, considerando que esta encontra-se pelo segundo ano consecutivo no primeiro lugar do Ranking Geral do Prêmio Valor Inovação, portanto, este artigo tem como objetivos específicos analisar e compilar as ações realizadas pela empresa, propor uma estrutura de análise para os possíveis modos de atuação da empresa e por fim, enquadrar suas ações na estrutura proposta. Foram propostos três diferentes modos de atuação possíveis, são eles: Assistencial e/ou Emergencial, Projetando Em Conjunto e Projetando para a Comunidade. A pesquisa contém limitações em sua metodologia, se baseando nos dados secundários disponibilizados publicamente, e se limitou a analisar as práticas, exclusivamente, da empresa Natura.

Metodologia: A metodologia da pesquisa se fez em três etapas: 1) coleta e primeira análise dos dados, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados e interpretação. No total, foram coletados e analisados 10 documentos, referentes ao ano de 2020 e 2021. A primeira análise dos dados identificou que todas as ações realizadas pela empresa constavam no Relatório Anual Natura 2020, portanto, foi este relatório que coletamos todas as informações utilizadas. Durante a segunda etapa do processo metodológico (exploração do material), foram identificadas um total de 65 ações, com base nas três causas na qual a empresa atua, são elas: “Amazônia Viva”, “Cada Pessoa Importa” e “Mais Beleza, Menos Lixo”. Foi feita uma análise minuciosa de todas as 65 ações e com base no referencial teórico proponho uma estrutura que posiciona e direciona cada ação realizada pela empresa. As ações foram enquadradas em três diferentes modos de atuação possíveis, são eles:

- Assistencial e/ou Emergencial: São ações, internas e externas, de caridade, atividades físicas voluntárias, filantropia para benefícios sociais (JALI; ABAS; ARIFFIN, 2017), assistência por meio de recurso humanos e financeiros. Como exemplo temos os investimentos em treinamentos e benefícios para os empregados, as ações de engajamento e comunicação, as ações ambientais internas (gestão ambiental), redução de emissão de gases estufa, resíduos e consumo, investimentos em programas de incentivo à cultura, esportes e educação, recuperação das áreas degradadas, preservação da biodiversidade e programas de despoluição (IRIGARAY; VERGARA; ARAUJO, 2017);
- Projetando Em Conjunto: São ações de participação “entre pares” (peer-to-peer) com todos os atores envolvidos, facilitando a convergência dos diferentes parceiros em torno de ideias compartilhadas e potenciais soluções, como, promover a colaboração entre comunidades locais e firmas, instituições e centros de pesquisa, participar na construção de visões e cenários compartilhados e combinar produtos e serviços já existentes para suportar a específica comunidade com a qual colaboram (MANZINI, 2008);
- Projetando Para Comunidade: São ações que analisam as tipologias específicas de casos de inovação social presentes no seu contexto, concebem e desenvolvem soluções habilitantes para as iniciativas, ou seja, observa suas forças e fraquezas, intervém em seus contextos, para torná-los mais favoráveis, e desenvolve soluções a fim de aumentar sua acessibilidade, eficácia e, conseqüentemente, sua replicabilidade (MANZINI, 2008).

Conclusão: No total, das 65 ações identificadas no Relatório Anual Natura 2020, 69% são ações assistenciais e/ou emergenciais, 23% são ações que projetam práticas e soluções em conjunto com a comunidade e 8% são ações que projetam práticas e soluções para a comunidade. Conforme ilustrado na Figura 3.

Figura 3 – Modos de Atuação das Ações da Natura



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Concluimos que as grandes empresas podem colaborar com o processo de inovação social, ajudando a criar ambientes favoráveis que empoderem os casos de Inovação Social presentes em seu contexto e que precisamos de estruturas capazes de promover a inovação social, capacitando o agente para agir e pensar reflexivamente no desenvolvimento e na implementação de novas ideias, e assim, promover a mudança social (MANZINI, 2008; CAJAIBASANTANA, 2013).

Dado que a pesquisa se limitou a analisar as práticas, exclusivamente, da empresa Natura, é sugerido que seja feita uma análise com outras empresas, do mesmo setor, ou não. E, também, que seja feita possíveis entrevistas com os gestores e diretores responsáveis das empresas. Acredito que a pesquisa tenha contribuído para novos caminhos e critérios de análise sobre as ações sociais implantadas nas empresas que se alinhem com a transição para a sustentabilidade extremamente necessária para um futuro melhor.

Entender o impacto que as ações realizadas pelas empresas estão promovendo para a sociedade é de extrema importância, pois precisamos de ações que promovam uma mudança social, uma ruptura nos padrões de consumo e produção, e uma mudança sistêmica. Estudar essas ações diminuem os riscos de elas futuramente reforçarem padrões de exclusão e subordinação semelhantes aos que geraram esses problemas sociais (PORTALES, 2019).

Dessa forma, acredito que este estudo contribui para o campo de pesquisa em Inovação Social, no que se refere à possível colaboração ou contribuição das grandes empresas privadas para casos de Inovação Social que surgem em seu contexto.