

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E O FORTALECIMENTO DA IMAGEM INSTITUCIONAL: UM ESTUDO EM UMA EMPRESA PÚBLICA FEDERAL

Vinicius Silva Amorim*

Marly de Jesus**

João Luiz da Silva Casas***

Suzane Figueiredo Casas****

As últimas décadas foram marcadas por movimentos de ordem global em prol da conscientização da necessidade de valorização dos recursos naturais do planeta, assim como do meio social em que estamos inseridos. A existência desses ideais tem causado, no mundo corporativo, uma tendência a novos modelos de gestão no que tange à Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE), incorporada às organizações como alternativa de dirimir os possíveis impactos sociais e ambientais causados pelas atividades das empresas. Nesse contexto, a responsabilidade socioambiental empresarial revela-se como o comprometimento da empresa com a adoção de valores éticos, agindo de maneira ambientalmente correta e socialmente justa, com o objetivo de atingir a melhoria da qualidade de vida de seus empregados e da sociedade. Ao observar os novos perfis de clientes, as organizações contemporâneas curvam-se a esta tendência pois, do ponto de vista estratégico e do marketing verde, as práticas de RSE podem representar uma vantagem competitiva fundamental para a imagem corporativa. Nessa perspectiva, este trabalho tem o objetivo de analisar de que forma os princípios socioambientais utilizados pela empresa contribuem com o fortalecimento da sua imagem. O estudo de caso de natureza quali-quantitativa será realizado em uma empresa localizada no Recôncavo baiano. A pesquisa tem caráter exploratório-descritivo, através do qual se pretende obter maior conhecimento sobre a empresa e a temática através de uma entrevista com o gestor da área de estudo e aplicação de questionários aos colaboradores. Na última fase do trabalho serão realizadas a análise e interpretação dos dados, acerca dos objetivos pretendidos e dos resultados alcançados, relacionando-as ao material científico utilizado como base teórica.

Palavras-chave: Valores empresariais. Meio ambiente e Sociedade. Práticas socioambientais. Reputação empresarial.

* Discente do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade Maria Milza – FAMAM
viniciuss.amorim@hotmail.com

** Mestre em Ciências Agrárias - UFBA, docente orientadora e coordenadora do programa de pós- graduação
Latu-senso da Faculdade Maria Milza - FAMAM. marly_dej@hotmail.com

*** Mestrando em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social – UFRB; Docente orientador na Faculdade
Maria Milza – FAMAM, Administrador na UEFS. casas.joao@gmail.com.

**** Mestranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente na Faculdade Maria Milza - FAMAM; Docente
e coordenadora do curso de Administração - FAMAM. suzanegsf@gmail.com