

**Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

**REFLETINDO E ARBORIZANDO: PROBLEMATIZANDO A  
RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM EMPRESAS JÚNIORES**

**REFLECTING AND ARBORIZANDO: QUESTIONING THE  
SOCIOENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY IN JUNIOR COMPANIES**

Taís Mallmann e Sibila Luft

**RESUMO**

O presente trabalho visa discorrer a cerca do relato de experiência do estágio em Psicologia Organizacional de uma Universidade do Interior Gaúcho, desenvolvido na área de Marketing da Empresa Júnior da Instituição e que vem promovendo ações que contemplam o compromisso e responsabilidade socioambiental. O projeto, nominado Arborizando, objetiva através do plantio de mudas de árvores resgatar à responsabilidade socioambiental entre academia e sociedade, possibilitando assim, problematizar a importância de se incorporar na gestão de uma Empresa Júnior o compromisso socioambiental necessário para uma organização na contemporaneidade. Verificou-se que Empresas Juniores podem vir a ser polos promovedores destas ações, pois se encontram no entre Universidade e comunidade, pois atuam diretamente no mercado de trabalho, mesmo se gerenciando por acadêmicos, e se relacionam com diferentes empresas e organizações, possuindo assim, neste entre, um espaço com potencial para fomento desta postura, bem como, frente às diferentes demandas da própria contemporaneidade.

**Palavras-chave:** gestão sustentável; responsabilidade socioambiental; organizações; desenvolvimento sustentável; sustentabilidade em instituições de ensino superior;

**ABSTRACT**

The present work aims to argue about an experience report of an internship in Organizational Psychology of a 'Gaúcha' University, developed in the Marketing area of a Junior Company of the Institution. The Company is promoting activities wich are compromised with social and environmental responsibility. The project, nominated Arborizando, objects to rescue the social and environmental responsibility between academia and society through the planting of tree seedlings, so it would enable to problematize the importance of incorporating the management of a Junior Enterprise's social and environmental commitment needed for an organization nowadays. It was found that Junior Companies can become pole promoters of these actions, because they are in between the University and the community, and they act directly on the labor market, and even if it is managed by academics, Junior Companies are related to different companies and organizations, having, thus, in this between, an area with potential for fostering this attitude as well as face of the different demands of contemporaneity itself.

**Keywords:** sustainable management; social and environmental responsibility; organizations; sustainable development; sustainability in higher education institutions;

Este trabalho busca discorrer acerca do relato de experiência vivenciado no estágio em Psicologia Organizacional e do Trabalho do curso de Psicologia da URI Santiago/RS. A experiência busca destacar neste relato, o projeto que vem sendo desenvolvido junto a equipe da Empresa Júnior da Instituição, a Alternativa Júnior. Empresa Júnior dos cursos de Administração e Ciências Contábeis e que conta também com acadêmicos do curso de Psicologia, devido à parceria realizada entre os cursos que disponibilizam assim, um espaço de estágio para o curso de Psicologia.

A Alternativa Júnior, bem como, as mais de 300 Empresas Juniores distribuídas em todo o território nacional é considerada, segundo Silva e colaboradores (2012),

*“uma associação civil, sem fins econômicos, construída e gerida exclusivamente por alunos de graduação de estabelecimentos de ensino superior, que presta serviços e desenvolve projetos para as empresas, entidades e sociedade em geral, nas suas áreas de atuação, sob a orientação de professores e profissionais especializados”* (SILVA, 2012).

O Movimento das Empresas Júnior (MEJ) teve seu surgimento na França, em 1967, tendo com principal objetivo complementar a formação acadêmica de seus participantes fornecendo experiências práticas e realísticas. Na década de 80, o modelo francês se consolidou e começou a se difundir internacionalmente, chegando à Suíça, Bélgica, Espanha, EUA e também no Brasil (SILVA, 2012).

Em nosso país este movimento chegou em 1988, através da Câmara de Comércio Franco-Brasileira. Teve como pioneiras as Empresas Juniores da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Universidade Federal da Bahia (UFBA). Em pouco tempo, o Movimento se espalhou por todo o país de forma expressiva, devido aos preços acessíveis, qualidade dos serviços prestados e a oportunidade de desenvolvimento pessoal que as EJ's proporcionam (SILVA, 2012).

Os objetivos das empresas juniores são, portanto, de promover através da prática no mercado de trabalho, uma postura pró-ativa frente à realidade que se vivencia através desta experiência, para que assim, aconteça concomitante o crescimento e aperfeiçoamento pessoal e profissional do aluno membro. Deste modo, atingi seu principal objetivo de contribuir para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Compreende-se, desta forma, que o Movimento das Empresas Juniores (MEJ), contribui significativamente para desenvolvimento empresarial e econômico do país. Logo que empreendedorismo, segundo o Guia Prático do Empreendedor (2012), refere-se,

*“... acima de tudo uma atitude de alguém que preza a sua independência e realização pessoal. Detectar uma oportunidade e possuir o conhecimento, criatividade e iniciativa para, isoladamente ou em conjunto, enfrentar a incerteza e transformar essa oportunidade em criação de valor, são as características fundamentais de um empreendedor.”* (GUIA PRÁTICO DO EMPREENDEDOR, 2012)

Compreendendo ainda, que o empreendedorismo é algo que promove o desenvolvimento dos países e que transforma o mundo, buscam-se desenvolver e aperfeiçoar através do Modelo Empresa Junior, acadêmicos com habilidades de liderança, comunicação e trabalho em equipe, formando assim, agentes de mudanças sociais. A Alternativa enquanto Empresa Junior da URI Santiago/RS, implicada na efetivação dos objetivos do MEJ, vem buscando junto a este ser um agente de mudança e de impacto na economia brasileira,

promovendo e desenvolvendo assim, consultorias diferenciadas e inovadoras, bem como projetos sociais e intervenções socioambientais através do fomento a Gestão Sustentável.

Empreendedores de todos os tamanhos, nos dias atuais, buscam no uso responsável de recursos naturais e no respeito às pessoas, lançar suas empresas em um mundo onde a ética nos negócios se apresenta como uma exigência para que a empresa conquiste e mantenha uma posição de destaque junto a seus clientes. Frente a isso, governos e grandes empresas estão fortalecendo seus sistemas de controle e exigindo o cumprimento de normas que vão além do simples cumprimento de leis. Busca-se nos dias atuais a promoção de gestões ambientais e sustentáveis (SEBRAE, 2012).

Surgiu desta forma, a necessidade do ser humano reorganizar suas formas de se relacionar com o meio ambiente, administrando assim, o uso dos recursos naturais, por meio de ações ou medidas econômicas, investimentos, ações institucionais e procedimentos jurídicos, com a finalidade de manter ou recuperar a qualidade dos recursos e o desenvolvimento social (SEBRAE, 2012). Seguindo, por conseguinte, tais perspectivas e com intuito de acompanhar a atualização dos modelos organizacionais e sociais, foi que a Alternativa Junior desenvolveu o projeto Arborizando.

O projeto que tem como título a palavra arborizando, surgiu na tentativa de resgatar na própria empresa a corresponsabilidade de cada membro no que tange a importância da colaboração e responsabilidade socioambiental, necessária em cada pessoa para que se garanta a possibilidade de vislumbrarmos junto um ecossistema equilibrado e potente no sentido de garantir uma boa qualidade de vida no futuro.

Compreendendo que tudo que se busca demanda envolvimento, responsabilidade e determinação, e que através deste projeto se buscava fomentar tais posicionamentos para a busca de uma boa qualidade de vida no futuro, se percebeu que além de implicar os membros da Empresa Júnior, seria necessário promover através de ações destes, implicação tal qual, nos demais acadêmicos da universidade e concomitante a isso, a comunidade em geral. Pois segundo Lima (2008), não basta apenas construir um discurso fantasioso de “empresacidadã”, pois “um sistema artificial, como uma empresa, uma associação ou qualquer tipo de pessoa jurídica, pode ter uma nacionalidade, mas jamais uma cidadania”, logo que deveria desenvolver mais que um discurso, deveria introduzir em sua gestão e em suas ações a responsabilidade socioambiental.

Consoante a isso, e considerando Santos (2009), quando discorre sobre a relação do marketing/individuo/consumo, bem como na necessidade de se pensar o Marketing e as relações de consumo da contemporaneidade através das diferentes formas de saber, pois este é um campo que na atualidade não vende somente produtos e serviços, mas sim, promove a venda de marcas, imagens, sonhos, ideias, conceitos e estilos de vida. Também, considerando e associando esta problematização proposta por Santos (2009) e a relação da área de Marketing com a Psicologia a partir da Fontanelle (2008), quem realiza um resgate histórico desta relação, pode-se concluir, como a psicologia contribuiu para as atuais formas de pensar as relações entre marketing/individuo/consumo, propostas por Santos (2009), em organizações, bem como, de compreender o que discorre quando destaca que o marketing deve dar atenção nos dias atuais ao que promove nos consumidores seus desejos, necessidades e fantasias.

Considerando assim, estas formas atuais de consumo, as quais também implicam na gestão e ações de uma empresa, combinadas a uma gestão sustentável, nas variáveis ambientais e internas da empresa, nas rápidas e constantes mudanças proporcionadas pelo avanço tecnológico e, sobretudo, pela convergência tecnológica e a intensificação da economia globalizada, notadamente a partir da segunda metade do século XX, percebesse notoriamente a necessidade de se pensar sobre o marketing empresarial e nas suas influencias sociais. Ainda também, que as mudanças promovidas nas organizações, não se dão total e

simplesmente através do despertar da consciência de um empresário para com os problemas ambientais e sociais, mas sim, das demandas do próprio consumidor frente à realidade incontestável dos desastres ambientais e das desigualdades sociais, frutos, muitas vezes, da ingerência das organizações, principalmente daquelas que visam exclusivamente o lucro (LIMA, 2008).

A Alternativa Júnior, consciente de tais responsabilidades, vem inserindo e incentivando em sua gestão, tal responsabilidade socioambiental, por conseguinte, buscando desenvolver ações que potencializem a mesma, bem como, se encontra nas propostas do projeto Arborizando, organizado e gerenciado pelos membros da Empresa. Nesse sentido, a Empresa Júnior, que não tem fins lucrativos, mas sim, um espaço de fomento ao empreendedorismo, consciente também de que as organizações não são entidades isoladas e que devido a isto devem promover e desenvolver ações voltadas à sustentabilidade da organização, pois considera os efeitos de sua atuação em todo o ciclo produtivo e em todos aqueles que, de alguma forma, podem ser afetados pelo desenvolvimento de novas técnicas ou novos métodos criados pelas organizações através de suas atividades, desenvolveu este projeto que visa arborizar a comunidade na qual esta inserida econômica e socialmente.

O Projeto Arborizando trás como objetivo a pró-atividade da empresa no que tange seu compromisso e responsabilidade social, bem como visa garantir a atuação e participação da empresa Alternativa Júnior com projetos socioambientais, também de disseminar tal importância na comunidade e região, através de divulgações que enfatizem suas ações e compromisso socioambiental através da mídia impressa e falada, tendo, por conseguinte, o intuito de fomentar na sociedade a importância da contribuição de cada um para com a prevenção, promoção e construção de um meio ambiente saudável e fortalecido.

As ações e construções propostas pela Alternativa Júnior, neste sentido, foram de considerar e de realizar o plantio de mudas de árvores na cidade e na universidade junto a apoiadores e clientes da empresa, bem como, com o apoio da Universidade e da Secretaria Municipal do Meio Ambiente. A divulgação destas ações busca fomentar na comunidade a importância do comprometimento de todos nesta busca.

A iniciativa de se realizar o plantio de árvores ao invés das diversas e ambíguas outras formas de se contribuir para o ecossistema de nosso planeta, se deu, devido ao mesmo ir de encontro a uma proposta desenvolvida também junto a apoiadores da Empresa Júnior após a realização EGEJ, que ocorreu em Santiago no ano de 2011. Neste, se realizou um levantamento e calculo de quanto se havia produzido de gás carbônico para realização do evento e se converteu estes dados no sentido se ser possível saber quantas mudas de árvores seriam necessárias plantar, para que as mesmas viessem a converter este gás carbônico produzido em oxigênio.

Porém, considerando que esta é uma Empresa Júnior e que conta com os acadêmicos para tornar possível seu funcionamento e existência, o projeto proposto por estes apoiadores após o evento do EGEJ/2011, não se consolidou de imediato. Pois, logo após o evento, muitos dos acadêmicos que faziam parte do quadro de membros da Empresa, concluíram seus cursos e como consequências tiveram de se desligar da empresa, o que fez com que tal proposta ficasse ali, no aguardo do empoderamento de novos membros para tornar possível sua efetivação.

Assim sendo, algum tempo se passou e após o processo trainee desenvolvido pela Empresa Junior em março de 2013, se verificou a possibilidade de se reorganizar e por em prática tal proposta. Contudo, seria inevitável que o projeto viesse a ter uma nova forma, pois seria conduzido por novos membros, com uma bagagem diferente e com propostas também distintas. Assim, se deu o surgimento do projeto Arborizando da Alternativa Júnior, que não somente deu um olhar a quantidade de gás carbônico produzido para a realização de um evento, mas que viu em sua proposta potencial para ir além, e buscar compensar o gás

carbônico, a poluição, o desmatamento, o efeito el niño, a falta de consciência ambiental das pessoas, a falta de ação das populações e a necessidade de realizarmos mudanças de hábitos e de posicionamentos, frente a necessidade de se repensar como nos colocamos no mundo e do quanto somos todos responsáveis pelo que produzimos ou não, tal qual pelo reflexo de nossas ações.

Consoante a isto, se ampliou a proposta de realização do plantio e se estruturou o projeto Arborizando para que garantisse e contemplasse a sua proposta inicial dentro da Empresa, mas de modo que este pudesse promover formas de torna-lo um projeto contínuo, onde em datas pré-estipuladas se realizariam o plantio de novas mudas em diferentes locais da cidade. O projeto Arborizando, portanto, visa destacar a importância da responsabilidade socioambiental de uma empresa e do quanto se faz necessária à implicação e disseminação da responsabilidade destas ações, afim de que, a partir desta divulgação se amplie a abrangência do conhecimento da importância desta responsabilidade socioambiental para e na comunidade.

Para tornar possível a realização do projeto Arborizando, se utilizou de um espaço disponibilizado para a Empresa Júnior na FECOARTI/2013, feira de serviços que ocorre na cidade de Santiago, onde se elaborou um questionário aonde as empresa puderam demonstrar seu interesse em fazer parceria com projetos Sócio Ambientais da Alternativa Júnior. O que tornou possível, após sua realização o contato com as empresas interessadas para fechar parcerias para realização deste e de outros possíveis projetos.

Este projeto organizou, por conseguinte o plantio de mudas de árvores junto aos seus parceiros e/ou apoiadores e tem como proposta uma continuidade destas ações de plantio, bem como, a divulgação destas ações, afim de, poder promover a atenção para as questões de responsabilidade socioambiental na comunidade. Logo, promoveu também a consciência e compromisso da Alternativa Júnior para com a sociedade/comunidade e da necessidade de repensarmos nossos hábitos para com o meio ambiente na contemporaneidade.

Consoante ao fato de se perceber a importância de ações como estas serem realizadas nas Universidades e comunidade, verificou-se como as Empresas Juniores podem vir a serem polos promovedores destas ações, pois se encontram no entre Universidade e comunidade, pois atuam diretamente no mercado de trabalho, mesmo se gerenciando por acadêmicos, e se relacionam com diferentes empresas e organizações, possuindo assim, neste entre, um espaço com potencial para fomento desta postura, bem como, frente às diferentes demandas da própria contemporaneidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FONTENELLE, I. A. **Psicologia e marketing: da parceria à crítica**. Fundação Getulio Vargas de São Paulo (FGV-SP), São Paulo, SP, 2008.

LIMA, J. C. S. **A responsabilidade socioambiental integrada ao planejamento estratégico das organizações**. IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Rio de Janeiro, 2008.

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA O EMPREENDEDORISMO E A INOVAÇÃO. **Guia Prático do Empreendedor**, 2012.

SANTOS, L. A. S. **Relação: marketing/indivíduo/consumo**. REVISTA LITTERIS, 2009.

SILVA, P. C. R. (org.). **Empresa Júnior na Prática**. Brasília: Editora Kiron, 2012.

SEBRAE. **Gestão Sustentável na Empresa**. Cuiabá: Sebrae, 2012.