



ANÁLISE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DE UMA FABRICANTE BRASILEIRA DE BEBIDAS

Lainny Geovanma de Moraes¹; Jessica de Cássia Rossi²

¹ Escola Estadual Dr. Luiz Zuiani

lainny2610@gmail.com

² Área de Ciências Exatas, Humanas e Sociais – Centro Universitário Sagrado Coração

jessica.rossi@unisagrado.edu.br

Tipo de Pesquisa: Iniciação Científica com bolsa - PIBIC/EM

Agência de fomento: CNPq

Área do Conhecimento: Sociais Aplicadas – Comunicação Organizacional/Relações Públicas

A Responsabilidade Social Corporativa é um posicionamento que tem sido adotado pelo mundo corporativo para contribuir com problemas sociais e de sustentabilidade e promover a identidade e imagem corporativo. Por isso, o objetivo do trabalho é analisar as ações de responsabilidade social de uma fabricante brasileira de bebidas, participante do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), sob a ótica da comunicação organizacional. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre temas como sustentabilidade, responsabilidade social corporativa, comunicação organizacional, identidade e imagem corporativa, relações públicas etc. Em seguida, foi feita uma pesquisa documental sobre as ações de responsabilidade social da empresa de bebidas em seu site corporativo. Como resultado observou-se que as práticas voltadas para a sustentabilidade são mais avançadas e efetivas do que aquelas direcionadas para a sociedade, por exemplo nas ações de voluntariado e equidade racial. Embora a companhia brasileira de bebidas aplique os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, a empresa precisa melhorar suas ações de responsabilidade voltadas para os grupos sociais.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional. Desenvolvimento Sustentável. Organização das Nações Unidas: Pacto Global. Responsabilidade Social.