

ações de responsabilidade socioambiental de agroindústrias de polpa de açaí

SOCIO-ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY ACTIONS IN AGROINDUSTRIES OF AÇAÍ PULP

Milton Cordeiro Farias Filho

Universidade da Amazônia, Brasil.

Endereço: UNAMA, Av. Alcindo Cacela 287, CEP 66.060-902 - Belém, PA. Brasil. Fone 55 (91) 40099361. Ramal: 9361
Email: mcfarias@gmail.com
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0624491756992741>

Silmara Ferreira da Silva

Universidade da Amazônia, Brasil.

Endereço: UNAMA, Av. Alcindo Cacela 287, CEP 66.060-902 - Belém, PA. Brasil. Fone 55 (91) 40099361. Ramal: 9361
Email: silmaraalimentare@yahoo.com.br
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0888138712382418>

Rafael Ferreira da Silva

Universidade da Amazônia, Brasil.

Endereço: UNAMA, Av. Alcindo Cacela 287, CEP 66.060-902 - Belém, PA. Brasil. Fone 55 (91) 40099361. Ramal: 9361
Email: rafaelacai@yahoo.com.br
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7885173366581567>

Submissão: 23 Mai. 2013. **Aprovação:** 29 Set. 2013. **Última revisão:** 18 Dez. 2013. **Publicação:** 31 Dez. 2013. **Sistema de avaliação:** *Double blind review*. Centro Universitário UNA, Belo Horizonte -MG, Brasil. Editor geral Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto, Co editora Prof^a. Dra. Wanyr Romero Ferreira

Apoio e financiamento: Fundação Instituto para o Desenvolvimento da Amazônia – FIDESA

Este artigo encontra-se disponível no endereço eletrônico:
<http://revistas.una.br/index.php/reuna/article/view/72>

Resumo

O artigo tem como objetivo descrever as ações de responsabilidade socioambiental desenvolvidas por agroindústrias exportadoras de polpa de açaí da região Nordeste do Pará. Revisou-se a literatura em relação ao tema para identificar pesquisas que relatem práticas que possam ser comparadas com as ações desenvolvidas pelas empresas pesquisadas. Assim, partiu-se de uma abordagem qualitativa com uso de entrevistas semiestruturadas com gerentes das empresas. Os resultados demonstram que as ações ainda estão restritas às exigências legais e que se

ampliam com o aumento da pressão de clientes, mas focadas no ambiente interno das empresas. Concluiu-se que a sazonalidade, a capacidade de suporte do ambiente e as dificuldades da organização racional da produção de fruto do açaí impõem às agroindústrias o desafio de voltarem suas ações para a responsabilidade socioambiental de forma mais abrangente.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental. Empresas. Agroindústrias. Açaí.

Abstract

The article aims to describe the actions of environmental responsibility developed by agro industries exporting açai pulp in northeastern Para. Reviews the literature on the subject to identify research report practices that can be compared with the actions developed by the companies surveyed. He left a qualitative approach using semi-structured interviews with corporate managers. The results demonstrate that the actions are still restricted legal requirements and with increasing pressure from customers actions already expanded, but focused on the internal environment of the companies. We conclude that the seasonality, the carrying capacity of the environment and the difficulties of rational organization of production of the acai fruit agribusinesses impose on the challenge to turn their of environmental responsibility shares more broadly.

Keywords: Environmental responsibility. Companies. Agro industries. Agribusiness. Açai pulp.

1. Introdução

Ações de responsabilidade social e ambiental - RSA passaram a ser adotadas por muitas empresas, como comportamento estratégico, ético, de marketing, de desenvolvimento comunitário ou como um conjunto de valores (MELO NETO; FROES, 2004). Essa prática emerge nos anos de 60-70 nos países economicamente mais desenvolvidos (TORRES, 2004; TACHIZAWA, 2006), o que contrasta com os princípios de desenvolvimento empresarial, especialmente de base industrial, quando a fumaça da chaminé representava o progresso (DONAIRE, 1999).

São ações que demonstram uma mudança no comportamento empresarial, refletida na Carta Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, preparada por uma comissão de representantes de empresas da Câmara de Comércio Internacional (1991); e nas concepções do Instituto Ethos de Responsabilidade Social (ETHOS, 2012).

O trabalho de Donaire (1999) relata desastres ocorridos pela ausência dessa postura pelas empresas no passado recente. Já outros autores, como Torres (2004) e Barbieri (2007), demonstram que as empresas têm compromissos maiores do que os clássicos princípios de produção e rentabilidade. Agora elas passam a incorporar uma nova mentalidade que é a da responsabilidade social e ambiental de suas ações econômicas.

Outros autores enfatizam que a responsabilidade social e ambiental envolve dimensões e *stakeholders* que demonstram sua importância no mundo dos negócios

(TINOCO, 2001; TACHIZAWA, 2006; ORELLANO, 2011), reduzindo seus custos ligados aos passivos ambientais e sociais derivados de situações trabalhistas e legais (LAVORATO, 2007). No entanto, um número considerável de empresas de diversos segmentos ainda está dando pouca atenção para os ganhos (em termos de desempenho) que têm ao adotarem estratégias sérias de responsabilidade social e ambiental (MILANI FILHO, 2008; ORELLANO; QUITO, 2011).

Essa constatação justifica estudos sobre segmentos empresariais cujos negócios dependem da exploração de recursos naturais, especialmente produtos *in natura*, de base extrativista, e de fornecedores (muitas vezes exclusivamente) de comunidades rurais e/ou ribeirinhas (especialmente na Amazônia). Este artigo trata das ações de responsabilidade social e ambiental desenvolvidas por agroindústrias de processamento de açaí. A pesquisa é baseada em entrevistas com gerentes de agroindústrias e partiu da seguinte questão: quais as principais ações de RSA desenvolvidas por agroindústrias processadoras de açaí?

Para desenvolver a pesquisa foram selecionadas duas empresas desse segmento, localizadas no município de Castanhal-PA, segundo maior polo processador do fruto no estado do Pará. Esse estado é o maior produtor nacional de açaí (SANTANA, 2004). A pesquisa teve como objetivo identificar as principais ações de RSA praticadas pelas agroindústrias processadoras de açaí e verificar em que medida as ações representam uma estratégia competitiva.

Os resultados demonstraram que prevalecem nas empresas ações endógenas, em que se destacam práticas de filantropia, que refletem apenas preocupação com adequações às regulamentações governamentais e exigência de clientes, mostrando que os desafios sociais e ambientais são mais amplos, em virtude das limitações aos negócios dada a expansão da demanda pelo produto.

2. Responsabilidade Socioambiental - RSA

A preocupação ambiental não é um tema recente, apesar de somente nas últimas décadas do século XX ter passado a ser discutida com mais profundidade (SEIFFERT, 2005). No Brasil, as primeiras manifestações aconteceram a partir dos anos 1960-70 (TORRES, 2004; TACHIZAWA, 2006), ganhando proporções maiores ao se tornarem um dos princípios de empresas líderes nos anos de 1980, até a criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE pela BOVESPA.

Responsabilidade socioambiental - RSA sustenta-se na suposição de que as empresas nasceram para oferecer à sociedade bens e serviços que visam a suprir as necessidades mais gerais (TORRES, 2004; BARBIERI, 2007). Na concepção de Ashley (2002), RSA é o compromisso da organização com a sociedade, evidenciado por meio de atos e atitudes positivas para com elas.

O Instituto Ethos traz a definição de Responsabilidade Social Empresarial - RSE como uma forma de gestão definida pela relação ética e transparente da empresa com seus públicos e pelo estabelecimento de metas compatíveis com o desenvolvimento sustentável (ETHOS, 2012). É uma responsabilidade da empresa com seu público interno e externo. Na dimensão interna, focaliza os empregados e sua família, buscando criar um ambiente de trabalho agradável e melhoria de

desempenho; na dimensão externa, a empresa tem atitudes responsáveis com a comunidade onde está inserida (MELO NETO; FROES, 2001).

O conceito de responsabilidade social corporativa enfatiza os impactos das atividades das empresas sobre os agentes (*stakeholders*) com os quais estas interagem: empregados, fornecedores, clientes, consumidores, investidores, competidores, meio ambiente, governos e comunidades (TINOCO, 2001). Na concepção de Teixeira e Domênico (2007), não basta que as empresas formulem estratégias para gerar riqueza. Trata-se de um modelo de gestão que busca objetivos mais amplos do que os financeiros (ORELLANO; QUITO, 2011).

Barbieri (2007) defende que dimensões como gestão ambiental, satisfação dos clientes internos, compromisso ético com os clientes externos, investidores e impacto social das atividades empresariais são alguns indicadores a serem utilizados pelas empresas. Já Lavorato (2007) enfatiza que as empresas que possuem um histórico de comportamento adequado em termos socioambientais obtêm inúmeros ganhos, como redução ou eliminação de multas; redução de despesas com advogados; redução de processos trabalhistas; aumento da produtividade, até mesmo aumento nas margens de lucro; além de gerar valores intangíveis.

Os entendimentos sobre as empresas e sua relação com a sociedade e o meio ambiente são variados, o que representa mais uma dificuldade para definir práticas de RSA, porque nada do que for feito poderá prescindir da necessidade de buscar resultados econômicos favoráveis que justifiquem a existência das organizações empresariais. No entanto, Dias (2011) não considera a filantropia como uma ação de RSA, já que, para o autor, filantropia são iniciativas eventuais em forma de doações, desvinculadas de quaisquer compromissos.

Barbieri e Cajazeira (2009) ressaltam que independente do referencial teórico utilizado para dar suporte às práticas de RSA, as dificuldades para implementá-las sempre existirão, dada a diversidade de motivos que envolvem direitos, obrigações e expectativas de diferentes públicos, dentro e fora das organizações. Os entendimentos sobre as empresas e sua relação com a sociedade e o meio ambiente são variados, o que representa mais uma dificuldade para definir tais práticas.

Pesquisas empíricas recentes vêm abordando o tema sobre variadas perspectivas, diferentes metodologias e abrangência. Cardoso e Lemme (2011) demonstram que empresas de variados segmentos não estabelecem relação direta entre ações de RSA e seu desempenho financeiro, seja em seus relatórios ou em seus *websites*. Situação esta confirmada por Milani Filho (2008), partindo da mesma metodologia, ao segmentar empresa em dois grupos (participantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial do Ibovespa e outras indústrias fora do índice), a partir de seus balanços sociais divulgados. Na pesquisa, o autor concluiu que a maioria dessas empresas não apresenta evidências financeiras de ações de RSA. Da mesma forma, Orellano e Quito (2011) também relacionaram investimentos em RSA e desempenho financeiro de empresas e encontraram uma relação positiva direta entre essas variáveis e os *stakeholders* primários, em curto prazo. Identificou-se ainda uma relação de causalidade da RSA com o investimento social interno, porém não foi encontrando essa mesma relação com os externos.

A variedade de concepções, de certa forma, pode dificultar como deve ser pensada, estruturada, desenvolvida, consolidada e medida sua eficácia na legitimidade das empresas na comunidade. O QUADRO 1 mostra algumas das perspectivas de RSA.

QUADRO 1 – Visões e significados de responsabilidade social

VISÃO DE RSA	SIGNIFICADO DA RSA
Atitude e comportamento empresarial ético e responsável	É dever da organização assumir uma postura transparente, responsável e ética em suas relações com os seus diversos públicos (governo, clientes, fornecedores, comunidade, entre outros.).
Conjunto de valores	Não incorporar apenas conceitos éticos, mas uma série de outros conceitos que lhe proporcionem sustentabilidade. Nesse escopo, destaca-se a autoestima dos empregados, por exemplo, o desenvolvimento social e outros.
Estratégia de relacionamento	Voltada para a melhoria de qualidade do relacionamento da organização com seus diversos públicos — um modelo usado como estratégia de marketing de relacionamento, especialmente com clientes, fornecedores e distribuidores.
Estratégia de marketing institucional	O foco está na melhoria da imagem institucional da empresa, traduzido em ganhos na condição de empresariedade, e que justificam seus investimentos.
Estratégia de recursos humanos	As ações são focadas nos empregados e nos seus dependentes, com o objetivo de satisfazê-los e assim reterem seus principais talentos e aumentarem a produtividade.
Estratégia social de desenvolvimento na comunidade	Enxergar a responsabilidade social como uma estratégia para o desenvolvimento social da comunidade, no qual a organização passa a assumir o papel de agente do desenvolvimento local, junto com outras entidades comunitárias e o próprio governo.

Fonte: Adaptado de MELO NETO; FROES (2004).

Outros estudos envolvendo segmentos das MPE's foram desenvolvidos por Prado e Lorenzo (2011) que demonstram, a partir de empresas de um pólo moveleiro, o não relacionamento das ações de RSA com benefícios para suas empresas, por perceberem que tais ações representam custos elevados. Concluíram também que o baixo incentivo às empresas, pelas instituições de apoio ao pólo industrial, é um fator que explica as poucas ações de RSA adotadas. Já Pinto *et al.* (2010) analisaram também a percepção de gestores de empresas de agronegócios em relação às ações de RSA. No entanto, os autores não demonstram novas evidências que diferenciem empresas desse segmento das demais, no que se refere a ações de RSA.

Abreu *et al.* (2008) relacionaram o tamanho das empresas às suas práticas de RSA e concluíram que empresas de maior porte no setor industrial têxtil, por

representarem maior impacto ambiental, por receberem maior controle de órgãos reguladores e por atuarem no mercado internacional, tendem a ter uma conduta mais forte quanto à RSA. Ao passo que a pesquisa de Garrido e Figueiredo (2010), ao comparar a conduta de indústrias que adotaram as normas ISO com as que não adotaram, concluiu que, ao aderirem às normas NBS-ISSO, as indústrias são induzidas a adotarem ações de RSA. Tais pesquisas mostram que o comportamento de empresas de variados segmentos, quanto a suas práticas de RSA, pode variar em função de seus posicionamentos no mercado, porte, tipo de recursos usados, entre outros. Cada pesquisa e a variável analisada revelam novas formas de atuação, comportamentos, estratégias e um conjunto diverso de ações de RSA.

3. O Ambiente de Negócios das Agroindústrias Pesquisadas

As agroindústrias são unidades empresariais voltadas para a atividade de transformação e processamento de matérias primas de origem agropecuária, animal ou vegetal, ao ponto de poderem ser comercializadas (ARAÚJO, 2005). Por se tratar de um seguimento com elevada capacidade de gerar emprego e renda, a agroindústria de frutas no Brasil vem se destacando por sua capacidade de colaborar com o crescimento das regiões onde se instalam (SILVA, 2006).

Na Região Norte, a agroindústria integra o grupo das cinco atividades mais dinâmicas, com o coeficiente de encadeamento para frente e para trás superior a 1,000 (1,108) (atividade automobilística=1,127; madeira=1,275; alimentos e bebidas=1,176; papel e celulose=1,123). É uma atividade capaz de movimentar a economia interna e as atividades ao longo de sua cadeia produtiva. A potencialidade das agroindústrias de polpa de frutas pode ser incluída como terceiro maior coeficiente (SANTANA, 2004).

As agroindústrias de processamento do fruto do açaí (*Euterpe oleracea*) vêm se destacando, com relevante crescimento de mercado nacional e internacional, a partir dos anos 1990. Esse crescimento vem sendo atribuído à diversidade de uso (SOUSA, 2011). Trata-se de um segmento que cresce exclusivamente pelas propriedades inerentes ao produto, cuja forma de extração florestal é o único diferencial competitivo. No entanto, o setor enfrenta problemas, como a dificuldade de incorporação de inovações tecnológicas em virtude da distância dos centros de produção industrial (bens de produção).

No estado do Pará, durante o ano de 2012, estavam registradas no Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, 73 empresas agroindustriais, destas, 49 são processadoras de fruto do açaí, 15 localizam-se na cidade de Belém e 10 no município de Castanhal (MAPA, 2012). Esses dois municípios são responsáveis por mais da metade de todo o volume de beneficiamento de polpa para exportação. Essa distribuição tem sido vantajosa para as empresas do arranjo, primeiro por torná-las próximas dos fornecedores de insumos e matéria-prima; segundo, pelo fato das empresas desfrutarem de mão de obra com baixo custo e benefícios advindos de infraestrutura física, como energia, transporte e comunicação (COSTA *et al.*, 2004), o que mostra a relevância da pesquisa em organizações empresariais nessa região.

A pesquisa justifica-se por se tratar de uma cadeia produtiva que vem crescendo de forma acelerada nos últimos sete anos. A cadeia produtiva é composta pelos

fornecedores de açaí, que em sua maioria são moradores de comunidades ribeirinhas (áreas de várzea das regiões das ilhas onde se encontra a melhor qualidade de frutos), pela mão de obra local (moradores de áreas vizinhas às fábricas). Este trabalho justifica-se também pelo fato de sua principal matéria prima (o açaí nativo) de base extrativa sofrer forte pressão sobre o estoque, o que exige das empresas maior atenção quanto à RSA.

4. Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

A pesquisa inicia-se com um levantamento da quantidade de empresas agroindustriais instaladas em Castanhal-PA, por ser onde se concentram as maiores agroindústrias exportadoras. Das 10 empresas encontradas, duas foram selecionadas, por se enquadrarem nos seguintes critérios: a) estarem dispostas a participar da pesquisa, apresentando um conjunto de informações suficientes para as análises; b) ter o campo de atuação mais amplo (mercado nacional e/ou internacional); c) ter desenvolvido nos últimos anos ações de RSA.

O QUADRO 2 apresenta as empresas identificadas no levantamento e seus respectivos mercados de atuação.

QUADRO 2 – Caracterização geral das agroindústrias instaladas em Castanhal-PA

EMPRESA	MERCADO
Açaí do Pará Indústria, Comércio e Exportação Ltda.	Nacional
Amazon Polpas Indústria e Comércio de polpas da Amazônia Ltda.	Nacional
Belaiaçá Polpas de Frutas Indústria e Comércio Ltda.	Nacional e Internacional
Polpas São Pedro Indústria, Comércio e Distribuição Ltda.	Regional e Nacional
Polyfrutti Agroindústria Ltda.	Nacional e Internacional
Castanhal Comercio de Polpas Ltda.	Nacional e Internacional
EverythingNature do Brasil Indústria Comércio e Exportação Ltda.	Internacional
Pará Comercio de Polpas de Frutas Ltda.	Nacional
R C S Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.	Nacional
Real Amazon Indústria, Comércio e Exportação de Açaí Ltda.	Nacional e Internacional

Fonte: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA (2012) e dados de campo (2012).

As empresas selecionadas para pesquisa estão caracterizadas no QUADRO 3. São elas: 1) Everything Nature do Brasil Indústria Comércio e Exportação; 2) Belaiaçá Polpas de Frutas Indústria e Comércio Ltda.

QUADRO 3 – Caracterização das agroindústrias selecionadas para a pesquisa

EMPRESAS	Nº DE EMPREGADOS	TEMPO DE EXISTÊNCIA	MERCADO DE ATUAÇÃO
Everything Nature	35	4 anos	Internacional
Indústria Belaiaçá	100	7 anos	Nacional e Internacional

Fonte: Pesquisa de campo (2012).

Foram selecionados dois gerentes de cada empresa para participarem de entrevista semiestruturada, na forma como orienta Cosby (2003). O foco das entrevistas foram questões sobre a preocupação atual das empresas quanto à RSA, suas respectivas ações e os princípios aplicados em seu cotidiano, sendo: a) preocupações e ações de RSA com o público externo; b) comportamentos internos com relação às ações de RSA.

Ao final do levantamento, as informações foram organizadas e analisadas em uma matriz de análise. Em seguida, foram comparadas com as concepções dos autores apresentados na primeira parte, da seguinte forma: a) após a leitura das entrevistas com os gerentes (gravadas e transcritas), foram selecionados trechos e inseridos em uma coluna; b) em outra coluna, foram inseridos a questão e o objetivo de pesquisa; c) em outra coluna, foram elaboradas as análises e retiradas conclusões de cada dimensão analisada, na forma como proposta por Arruda Filho e Farias Filho (2013).

4. Ações de RSA em Agroindústrias de Açaí

Os resultados revelam que os gerentes são conscientes em relação a desenvolver e demonstrar ações que visam reduzir o impacto das atividades agroindustriais, principalmente em virtude das regulamentações legais, tal qual proposto por Lavorato (2007), Berbieri e Cajazeira (2009).

É obstáculo para as ações mais amplas de RSA nas agroindústrias o compromisso socioambiental, visto ainda pelos proprietários como um gasto desnecessário, na forma como encontrada por Prado e Lorenzo (2011). Apesar de reconhecerem a dinâmica em torno desse assunto, consideram que, para o mercado de agroindústrias de polpa de frutas sazonais, que funcionam apenas parte do ano, o importante é apenas atender às exigências dos órgãos fiscalizadores e, por isso, pouco se antecipam com atitudes além das exigidas, o que reflete a concepção Berbieri e Cajazeira (2009), quanto às dificuldades variadas de implementar ações de RSA, como se observa no relato de um entrevistado.

(...) Essa questão social e ambiental para nós deste ramo sazonal (...) ao mesmo tempo em que pensamos em fazer algo, pensamos também que

será quase que em vão, pois maior parte da nossa equipe é desfeita a cada fim de safra, outro fato é que estes seis meses são tão corridos e de tantos gastos imprevistos que quando percebemos já passou e não fizemos praticamente nada. Já na questão ambiental estamos bem, pois estamos atendendo às exigências dos órgãos competentes. (GERENTE DA EVERYTHING NATURE)

Os gerentes demonstram interesse em oferecer um bom ambiente de trabalho, com alguns benefícios e oportunidades aos seus empregados. Além disso, foi possível identificar a presença de algumas práticas que representam compromisso social e ambiental das empresas. Dentre essas práticas, notam-se as seguintes ações:

a) O relato inicial dos entrevistados foi que, apenas em 2009, a Secretaria de Estado do Meio Ambiente (SEMA), órgão encarregado da execução da Política Nacional Ambiental em nível estadual, solicitou o tratamento adequado para seus efluentes líquidos resultantes do processo. Essa exigência aconteceu no mesmo período para todas as agroindústrias. Somente em 2010, as mesmas conseguiram concluir seus tratamentos e assim a liberação da Licença Ambiental Permanente com validade de um ano. Portanto uma postura que contraria o que propõem Melo Neto e Froes (2001, 2004), da mesma forma que Garrido e Figueiredo (2010). Os trechos das entrevistas dos gerentes das duas empresas deixam claro essa postura:

(...) nenhuma das agroindústrias de açaí aqui de Castanhal até 2009 possuía tratamento da água residual do processo, pois nunca haviam nos exigido. Então, em 2009, a SEMA passou a exigir, daí começou uma corrida para dar um destino adequado para nossos efluentes líquidos resultantes do processo. Tivemos que contratar um químico para fazer todo o tratamento, ela [SEMA] nos deu um prazo para adequação e somente mediante ao cumprimento das exigências teríamos a Licença Ambiental, foi uma corrida de verdade, mas em 2010 conseguimos, acho que todas as agroindústrias maiores conseguiram. (GERENTE EVERYTHING NATURE)

(...) Em 2009, a SEMA solicitou tratamento para os resíduos do processo, antes quando ainda éramos empresa de pequeno porte não fizeram tal exigência, então, em 2010, lembro que conseguimos nos adequar e ter um tratamento adequado para os resíduos líquidos da empresa e tivemos a nossa licença ambiental liberada. (GERENTE BELAIAÇÁ)

b) a empresa Everything Nature passou a destinar a água, após ser tratada, para irrigação do campo nos arredores da própria indústria e para plantações de açaí. Antes os resíduos líquidos do processo eram despejados em um igarapé nos fundos do terreno.

c) na empresa Belaiaçá, a água, após passar pelo tratamento, é em seguida despejada no esgoto. Antes da fiscalização, a empresa despejava seus detritos líquidos no mesmo esgoto, sem tratamento, o que lhe causava um problema com a Associação do bairro onde está instalada por conta do odor causado pelo acúmulo de resíduo, despejado diariamente no período de safra.

c) as agroindústrias vendem os resíduos sólidos da produção (caroço dos frutos já despulpados) como biomassa para outras indústrias de intenso consumo de energia (energia elétrica e/ou lenha de origem vegetal), como as olarias, que transformam em combustíveis para os fornos, reduzindo assim o desmatamento para transformação em lenha. Além disso, as empresas reduzem o espaço físico para armazenar resíduo (caroços), o que significa um ganho econômico.

Tanto o tratamento dos efluentes líquidos quanto a venda dos resíduos sólidos para serem utilizados como combustível são atitudes consideradas pelas empresas como

postura “ambientalmente correta”. Estas são práticas que se aproximam das concepções de Ashley (2002), Barbieri (2007) e Lavorato (2007). Trata-se de tecnologias para o tratamento e controle dos resíduos no final do processo produtivo (controle de poluição), reduzindo a carga poluidora e minimizando o impacto ambiental (VALLE, 1995).

O QUADRO 4 resume as principais ações de RSA das empresas para seus ambientes externos. As ações são mais voltadas para os fornecedores do fruto (comunidades ribeirinhas). De acordo com os gerentes das empresas, as ações foram bem vistas pelos fornecedores de frutos, pois se tornaram mais parceiros das empresas, no que se refere ao fornecimento de frutos de melhor qualidade.

No entanto são poucas as ações externas, como se verifica nos trechos das entrevistas e no QUADRO 4, o que reforça a ideia de que muitas dessas ações são mais parecidas com filantropia, tal como concebido por Dias (2011).

QUADRO 4 – Ações de RSA externas das agroindústrias pesquisadas

AGROINDÚSTRIAS	AÇÕES DE RSA EXTERNAS
Everything Nature	<ul style="list-style-type: none"> • Doação de computador e material de escritório para a cooperativa de Igarapé-Miri (município maior produtor de açaí nativo do estado do Pará), uma das comunidades fornecedora de frutos com processo produtivo orgânico; • Doação de brinquedos no Natal de 2010 para crianças da cooperativa de coletores de frutos do Acará.
Belaiaçá	<ul style="list-style-type: none"> • Doação de computadores para comunidade fornecedora de frutos.

Fonte: Pesquisa de campo (2012).

Nada foi informado ou encontrado sobre ações que busquem menor pressão sobre o estoque de recursos, como cuidados na extração do fruto, investimentos em pesquisas que visem maior conservação das áreas dos açaizais ou preocupação com as áreas de coleta do fruto, atendendo aos princípios defendidos pelo Instituto Ethos (ETHOS, 2012). O aspecto de filantropia (DIAS, 2011) é mais restrito e está claro no trecho da entrevista de uma gerente de uma empresa:

(...) Quando fazemos alguma doação ou demonstramos preocupação com os problemas enfrentados por eles, eles se tornam mais parceiros, começam a responder mais positivamente as nossas exigências quanto a qualidade dos frutos, na verdade eles sentem que são parte da empresa e não apenas fornecedores, com simples atitudes como estas. (GERENTE EVERYTHING NATURE)

A RSA diz respeito a duas dimensões integradas: social e ambiental. Nesse caso, as empresas demonstraram que suas ações estão mais voltadas para o cumprimento das obrigações legais, contrariando as concepções defendidas por Melo Neto e Froes (2001, 2004), Tinoco (2001), Tachizawa (2006) e Barbieri (2007). Trata-se de um aspecto mais amplo que envolve mudanças de padrão de comportamento ético, social, ambiental, econômico e cultural e que amplia o número de participantes (*stakeholders*) nessas ações, inclusive que tragam retorno em curto prazo, como relataram Orellano e Quito (2011).

As empresas buscaram adequar-se às exigências governamentais, porém uma demonstra avançar, ao tentar o selo verde para seus produtos. Com relação às preocupações com ações internas, demonstradas no QUADRO 5, as informações mostram que as duas empresas voltaram-se mais para as exigências legais. São elas: Programas voltados para Saúde e Segurança Ocupacional, atendendo às normas regulamentadoras específicas do Ministério do Trabalho. Nas empresas, não existe trabalho forçado, nem prática de trabalho infantil. Além disso, todas dispõem de igualdade de remuneração e de benefícios para homens e mulheres, que recebem igual valor pelo seu trabalho.

QUADRO 5 – Ações de RSA interna das agroindústrias pesquisadas

EMPRESAS	AÇÕES DE RSA INTERNA
Everyhting Nature	<ul style="list-style-type: none"> • Conscientização por meio de palestras sobre economia de água na linha de processo e controle de cada etapa por supervisor, coleta seletiva do lixo (são disponibilizadas lixeiras seletivas). • Treinamentos e Cursos (Internos) sobre Boas Práticas de Fabricação; Etapas do Processo; Boas Práticas de Produção Orgânica; Coleta Seletiva e Economia de água. • Cursos (externos): Caldeireiro. A empresa não custeia outros cursos externos, porém libera seus empregados para cursos sem descontar do salário o tempo de ausência.
Belaiaçá	<ul style="list-style-type: none"> • Conscientização por meio de palestras sobre economia de água na linha de processo. • Uso controlado de energia elétrica, através de um programa de “Controle de desperdício - Gasto de Energia” criado em 2010. • Conscientização da coleta seletiva do lixo no cotidiano da empresa, disponibilizando lixeiras seletivas. • Venda de resíduos plásticos para empresas de reciclagem. O valor arrecadado volta como benefício para os próprios empregados, através da aquisição de brinquedos que são entregues aos seus filhos durante a confraternização de encerramento do ano. • Treinamentos e Cursos (Internos): Boas Práticas de Fabricação; Boas Práticas de Produção Orgânica; Coleta Seletiva e Economia de água. • Cursos (externos): Caldeireiro, Operador de Máquinas de Envase, Refrigeração, além de cursos de Especialização, MBA e Pós-graduação. • Política de RH: bonificar empregados assíduos que não possuem falta durante o mês inteiro com cestas básicas, como forma de incentivo e motivação. • Apoio ao esporte: doa uniformes para seleção de futebol formada pelos empregados, que jogam em torneios entre empresas da cidade.

Fonte: Pesquisa de campo (2012).

As evidências encontradas mostram que, de certa forma, as ações de RSA apresentam-se como um grande desafio e como um longo caminho a ser trilhado pelas empresas do segmento agroindustrial de processamento de açaí, pois esses

fatores podem se apresentar como estratégias não apenas de competitividade, mas como sobrevivência empresarial, dada sua natureza de exploração de produtos de origem extrativista.

Os gerentes das empresas relataram que o investimento em cursos internos vem mudando a mentalidade e comportamento dos seus empregados, pois os mesmos aprendem a desempenhar seu trabalho com segurança e, parte do que aprendem, repassam para seus familiares. Segundo o gerente da Belaiaçá, os cursos externos são financiados totalmente pela empresa e trazem um resultado positivo, como se observa no relato dos gerentes:

(...) Os cursos internos ministrados na empresa trazem um resultado (...) quando comparamos à realidade de empresas que visitamos que ainda não possuem esta realidade (...) nós contamos com uma mão de obra com mínima escolaridade, então percebemos até na forma deles se tratarem ficam mais cordiais e, além disso, relatam que repassam o que aprendem para a família. (GERENTE EVERYTHING NATURE)

(...) Eu mesmo já fiz vários cursos totalmente financiados pela empresa e certamente isso motiva o colaborador, pois a qualificação, o que aprendemos é um bem nosso, apesar da empresa usufruir do conhecimento (...) é notável a resposta positiva com relação ao compromisso com a empresa. (GERENTE BELAIAÇÁ)

Tanto a Belaiaçá quanto a Everything Nature conscientizam os empregados quanto a economia de água na linha de processo e somente a primeira possui um programa que controla os desperdícios com água e energia elétrica. Esses pontos salientados atendem, assim, a parte do estabelecido pelo Modo de Produção Mais Limpa.

A Belaiaçá com sua atitude de venda do lixo plástico para reciclagem atende ao descrito na Agenda 21, que foi um dos principais resultados da conferência Eco 92, que determina, no Capítulo 4, as mudanças nos padrões de consumo e, no Capítulo 21, o manejo ambientalmente saudável dos resíduos sólidos que buscam o reaproveitamento e a reciclagem dos resíduos (BRASIL, 2000).

As duas empresas não possuem certificação ambiental, porém a Everything Nature está em processo, por meio da Certificadora Imaflora. A Belaiaçá elabora um relatório interno de sustentabilidade, no qual descreve as ações socioambientais desenvolvidas pela organização. O que se pode compreender das ações de RSA desenvolvidas pelas empresas é que, na forma proposta por Melo Neto e Froes (2004), apresentam visão sem foco certo de atuação, tendo algumas com a visão de estratégia social de desenvolvimento comunitário, de recursos humanos e de marketing de relacionamento.

5. Considerações finais

As agroindústrias de processamento de açaí atendem alguns requisitos de RSA, quando comparadas com a literatura que trata do tema. Os gerentes estão cientes de que este é um compromisso essencial para melhoria de desempenho e visibilidade das empresas junto à comunidade, aos empregados, clientes e fornecedores. Também estão conscientes de que necessitam, em curto prazo, de diferenciais de mercado que possibilitem vantagem competitiva, além do fator locacional, o que ajuda em oportunidades de negócios. Para isso cumprem as exigências legais e demonstram que é necessária também a consciência de

funcionários, pois são eles que tornam possíveis as ações no seu cotidiano dentro da empresa. No entanto, alguns limites são evidentes quanto à atuação dessas empresas em ações de RSA.

Mesmo conscientes dessa importância, as empresas têm suas principais ações de RSA voltadas para o público interno e não vêem ainda que ações mais abrangentes do que as praticadas podem melhorar o desempenho empresarial. Suas ações estão mais voltadas para o cumprimento de normas das instituições governamentais e para os clientes (selos e certificações) e buscam atender as pequenas e eventuais necessidades de alguns de seus fornecedores (ações de filantropia).

Por se tratar de um segmento empresarial que explora recursos de forma *in natura* e que ainda tem parcela significativa de origem extrativa, portanto com limites de produção, seus desafios são: a) ações voltadas para ampliar a capacidade do ambiente de suportar o volume de extração maior do que o potencial de regeneração; b) ações voltadas para minimizar problemas relacionados à sazonalidade da matéria-prima; c) ações voltadas para ampliar as condições de plantação, cujos elevados custos de produção ainda não foram superados. Esses problemas podem ser minimizados com ações conjuntas de RSA na origem da matéria prima (fruto do açaí), por meio de conscientização dos fornecedores (coletores do fruto nas comunidades ribeirinhas), em busca de conciliar a capacidade do ambiente de suportar a extração da matéria prima e o controle da pressão no estoque do fruto, além do incentivo aos produtores para o plantio, o que, de certa forma, auxilia o empreendimento a se manter competitivo.

Os resultados restritos às duas empresas limitam a generalização, sendo possível que ao ampliar para todas as empresas representativas do segmento, outros resultados possam ser revelados, assim como ações mais significativas, que se enquadrem realmente no que a literatura concebe como ações de RSA de empresas, possam aparecer. Inclusive, verificando os impactos dessas ações na comunidade, nos clientes internos das empresas e na imagem social que elas despertam nos seus clientes que consomem um produto, cuja cadeia produtiva tem em sua base (fornecedores de matéria-prima) comunidades pobres que exploram recursos naturais e apenas mais recentemente produtores rurais que conseguiram entrar na cadeia produtiva e que também podem ser alvo de ações de RSA das agroindústrias.

Referências

ABREU, Mônica C. Sá de; SILVA FILHO, José C. L. da; OLIVEIRA, Bruno C. de; HOLANDA JÚNIOR, Francisco L.. Perfis estratégicos de conduta social e ambiental: estudos na indústria têxtil nordestina. *Gestão & Produção*, v.15, n.1, p.159-172, abr., 2008.

ARAÚJO, M. J.. *Fundamentos de agronegócios*. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2005.

ARRUDA FILHO, E. J. M.; FARIAS FILHO, M. C.. *Planejamento da pesquisa científica*. São Paulo: Atlas: 2013.

- ASHLEY, Patrícia A.. *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BARBIERI, J. C.. *Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R.. *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática*. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BRASIL. *Agenda 21: Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*. 3. ed., Brasília, Senado Federal, 2000.
- CARDOSO, Larissa G. da S.; LEMME, Celso F.. Em busca das justificativas empresariais para iniciativas ambientais das empresas brasileiras líderes na publicação de relatórios de sustentabilidade. *Revista de Gestão Social e Ambiental*. v. 5, n.2, p.63-78, mai./ago., 2011.
- COSTA, F. A; ANDRADE, W. D. C.; SILVA, F. C. F.. *O processamento de frutas no Nordeste Paraense e Região Metropolitana de Belém: um arranjo produtivo emergente*. Rede de Pesquisas em Sistema e Arranjos Produtivos Locais, 2004. Disponível em: < <http://www.redesist.ie.ufrj.br>>. Acesso em: 21 ago. 2011.
- COSBY, P. C.. *Métodos de pesquisa em ciências do comportamento*. São Paulo: Atlas, 2003.
- DIAS, R.. *Gestão ambiental: Responsabilidade social e sustentabilidade*. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2011.
- DONAIRE, D.. *Gestão ambiental na empresa*. 2. ed., São Paulo: Atlas, 1999.
- ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. *Valores, transparência e governança*. Disponível em: < <http://www3.ethos.org.br/conteudo/gestao-socialmente-responsavel/valores-transparencia-e-governanca/>> Acesso em: 25 out. 2012.
- GARRIDO, Luiz D.; FIGUEIREDO, Rodolfo A.. Gestão socioambiental de empresas no município de São Carlos (SP, Brasil). *Revista de Gestão Social e Ambiental*, v.4, n.2, p.56-74, mai. - ago., 2010.
- LAVORATO, M. L. A.. As vantagens do *benchmarking* socioambiental. In: LAVORATO, M. L. A.; MARCONDES, A. W.; RUSCHEL, R. R.. (Org.). *Benchmais: as 85 melhores práticas em gestão socioambiental do Brasil*. São Paulo: Editora, 2007.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C.. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. 2. ed., Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C.. *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- MILANI FILHO, Marco Antonio Figueiredo. Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidenciação. *Revista de Contabilidade e Finanças*. v.19, n.47, p. 89-101, 2008.
- ORELLANO, Verônica I. F.; QUITO, Silvia. Análise do retorno dos investimentos socioambientais das empresas brasileiras. *RAE*, São Paulo, v.51, n.5, p. 471-484, set. - out., 2011

- SANTANA, A. C.. Análise do desempenho competitivo das agroindústrias de polpa de frutas do estado do Pará. *Revista de Economia e Agronegócio*, Viçosa, v. 2, n. 4, p. 524-495, 2004.
- SEIFFERT, M. E. B.. *ISO 14001: Sistemas de gestão ambiental*. São Paulo: Atlas, 2005.
- SILVA, M. C. N.. *Competitividades das agroindústrias de polpa de frutas das mesorregiões Metropolitana de Belém e Nordeste Paraense - 1996 a 2003*. Dissertação (Mestrado em Economia). Belém: Unama, 2006.
- SOUSA, J. W.. *Tendências de isomorfismo na estruturação do campo organizacional das agroindústrias exportadoras de açaí (Euterpe Oleracea Mart.) no nordeste paraense*. Dissertação (Mestrado em Administração) Belém: Unama, 2011.
- PINTO, Francisco R.; LEMOS, Anderson Q.; ROCHA, Jacqueline dos A. da; FERREIRA, José W. C.. A percepção de empresários do setor de agronegócio sobre as práticas de responsabilidade socioambiental. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. v.6, n.2, p. 72-96, mai.- ago., 2010.
- PRADO, Lauro L.; LORENZO, Helena C. de. A questão socioambiental nas empresas moveleiras do Pólo de Votuporanga - SP. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. v.7, n.3, p. 28-51, set.-dez., 2011.
- TACHIZAWA, T.. *Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa*. 4 ed., São Paulo: Atlas, 2006.
- TEIXEIRA, M. L. M.; DOMÊNICO. S. M. R.. Fator Humano: uma visão baseada em *stakeholders*. In: HANASHIRO, D. M. M.; TEIXEIRA, M. L. M.; ZACCARELLI, L. M.. *Gestão do fator humano: Uma visão baseada em stakeholders*. São Paulo: Saraiva, 2007.
- TINOCO, J. E. P.. *Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações*. São Paulo: Atlas, 2001.
- TORRES, C.. Responsabilidade social empresarial e a Red Puentes. In: Seminário internacional sobre responsabilidade social sob a ótica das organizações da sociedade. 2004. *Anais...* São Paulo: Instituto de Defesa do Consumidor, out., 2004.
- VALLE, C. E.. *Qualidade ambiental: o desafio de ser competitivo protegendo o meio ambiente*. São Paulo: Pioneira, 1995.

una

O MELHOR
CENTRO UNIVERSITÁRIO
PRIVADO DE BH
Fonte: MEC



PELO 2º ANO CONSECUTIVO UM
DOS **100 MELHORES** LUGARES PARA
TRABALHAR NO BRASIL.