

UNIEVANGELICA - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE ANÁPOLIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIEDADE, TECNOLOGIA E MEIO
AMBIENTE

GESTÃO SOCIOAMBIENTAL: ESTUDO DE CASO EM EMPRESA ALIMENTÍCIA
DE GRANDE PORTE NO MUNICÍPIO DE ITUMBIARA (GO)

LUCIVONE MARIA PERES DE CASTELO BRANCO

Anápolis - Goiás
Março/2013

Lucivone Maria Peres de Castelo Branco

**GESTÃO SOCIOAMBIENTAL: ESTUDO DE CASO EM EMPRESA ALIMENTÍCIA
DE GRANDE PORTE NO MUNICÍPIO DE ITUMBIARA (GO)**

Dissertação apresentada como parte dos requisitos do Programa de Pós-Graduação da UniEvangélica, para obtenção do título de Mestre em Sociedade, Tecnologia e Meio Ambiente sob a orientação do Prof. Dr. Ricardo Luiz Machado.

Linha de pesquisa: Tecnologia e Meio Ambiente

**Anápolis – Goiás
Março/2013**

B816

BRANCO, Lucivone Maria Peres de Castelo,

Gestão Socioambiental: Estudo de Caso em Empresa Alimentícia de Grande Porte no Município de Itumbiara (GO). / Lucivone Maria Peres de Castelo Branco – Centro Universitário de Anápolis – UniEvangélica, 2013. 119 p.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Luiz Machado

Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Tecnologia e Meio Ambiente – Centro Universitário de Anápolis – UniEvangélica, 2013.

1. Gestão Ambiental 2. Responsabilidade Social 3. Sustentabilidade
4. Indústria Alimentícia. I. Machado, Ricardo Luiz II. Título.

CDU 504

Catálogo na Fonte
Elaborado por Hellen Lisboa de Souza CRB1/1570

FOLHA DE APROVAÇÃO

Dissertação de Mestrado intitulada “Gestão Socioambiental: estudo de caso em empresa alimentícia de grande porte no município de Itumbiara – GO”, apresentada ao Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGÉLICA, como requisito para obtenção do título de Mestre em Sociedade, Tecnologia e Meio Ambiente.

Anápolis - 21 /03/2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Ricardo Luiz Machado – (UniEVANGÉLICA)

Prof. Dr. José Paulo Pietrafesa – (UniEVANGÉLICA)

Prof. Dr. Antônio Pasqualetto – (PUC- Goiás)

À minha família, em especial a minha filha
Maria Clara, pela minha ausência.

DEDICATÓRIA

Dedico este espaço a todas as pessoas que me incentivaram, ajudaram, orientaram e dividiram comigo as alegrias e angústias durante este momento tão importante da minha vida.

Algumas pessoas são muito especiais, como meu esposo Manuel Castelo Branco, que apesar de tantas dificuldades conseguimos superar os obstáculos, com mais uma vitória em sua companhia, com muito carinho, respeito e companheirismo.

A minha filha Maria Clara, que é a coisa mais bela do mundo, o brilho da minha vida, o motivo por minha vontade de vencer.

Aos meus pais João e Lusia, obrigado, por tudo que fizeram por mim, apesar de que não tiveram oportunidades do conhecimento da leitura e do estudo, sempre me incentivaram e apoiando-me na busca do conhecimento. E sem dúvida contribuíram muito na minha formação ensinando que com dedicação, honestidade, educação e respeito são princípios para que uma pessoa possa atingir os objetivos almejados.

A minha irmã Percivânia Peres, que me incentivou na busca do conhecimento ofertando apoio quando necessário, sempre que precisei. Obrigada minha irmã querida.

Outras pessoas são especiais que caminharam comigo, nos bons e maus momentos no decorrer do curso que também merecem o mesmo carinho.

Aos funcionários da empresa pesquisada, pelo pronto atendimento.

Aos professores, colegas do mestrado da UniEvangélica, muito obrigada.

RESUMO

A gestão socioambiental traz alguns debates e reflexões sobre como fazer e exercer ação que possam beneficiar as empresas e a sociedade de forma conjunta e que possam dinamizar as ações em prol da sociedade e do meio ambiente. O foco da gestão socioambiental nas organizações é de gerar lucro para os acionistas, e ao mesmo tempo proteger o meio ambiente e melhorar a qualidade de vida das pessoas com quem mantém relações. Este trabalho tem como objetivo identificar as práticas socioambientais em uma empresa alimentícia do município de Itumbiara, no estado de Goiás. Para tanto, inicialmente, o estudo foi fundamentado em revisão de literatura e informações coletadas em campo, através de um estudo de caso. O estudo de caso como método de investigação, os instrumentos de coletas de dados utilizados na pesquisa, foram através de entrevistas, questionários, aplicados aos colaboradores e gestores, registros de fotografias, bem como a análise dos Balanços Sociais da empresa referentes aos anos de 2010 e 2011. Com o término da pesquisa foi possível identificar que as práticas socioambientais e sustentáveis da empresa estudada estão sendo cumpridas com a legislação ambiental vigente, tendo uma postura de minimizar impactos ambientais e sociais. Foi possível constatar que a empresa apoia programas de doação e filantropia direcionados ao desenvolvimento e qualidade de vida das comunidades por melhorias ambientais e sociais. Conclui-se a partir dos resultados obtidos que a gestão socioambiental da empresa é um caminho viável, pois o investimento nestas práticas promove a sustentabilidade do negócio.

Palavras-chave: Gestão Ambiental, Responsabilidade Social, Sustentabilidade, Indústria alimentícia.

ABSTRACT

The environmental management brings some discussion and reflection on how to make and act upon that benefit business and society jointly and that could boost the shares on behalf of society and the environment. The focus of environmental management in organizations is to generate profit for shareholders, while protecting the environment and improving the quality of life of people with whom it has relations. This study aims to identify the social and environmental practices in a food company Itumbiara municipality in the state of Goiás. Therefore, initially, the study was based on literature review and information collected in the field, through a case study. The case study as a research method, the data collection instruments used in the research were through interviews, questionnaires administered to employees and managers, records of photographs, as well as analysis of the company's Social Reports for the years 2010 and 2011. With the end of the research was to identify the possible environmental practices and sustainable company studied are being met with current environmental legislation, and a posture to minimize environmental and social impacts. It was found that the company supports donation programs and philanthropy directed to the development and quality of life of communities for environmental and social improvements. It is concluded from the results that the environmental management of the company is a viable way, because investment in these practices promotes business sustainability. Keywords: Environmental Management, Social Responsibility, Sustainability, Food industry.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de gestão ambiental baseado na ISO 14000.....	28
Figura 2 - Informações para elaboração do Programa de Gestão Ambiental – (PGA)	29
Figura 3 - Recursos Naturais: tipos e exemplos.....	37
Figura 4 – Visão geral da ISO 26000.....	52
Figura 4 - Estrutura organizacional da empresa.....	72
Figura 5 - Estação de Tratamento de Efluentes – E.T.E da Caramuru Alimentos S/A.....	87
Figura 6 - Resíduos de Bagaço de Cana-de-açúcar utilizados na Geração de Vapor na Caramuru Alimentos S/A.....	87
Figura 7 - Controle de resíduos sólidos na Caramuru Alimentos S/A.....	88
Figura 8 - Lixeiras seletivas na Caramuru Alimentos S/A.....	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação do porte da indústria.....	19
Quadro 2 – Certificadores no Brasil.....	31
Quadro 3 - Processo de Certificação segundo o INMETRO.....	32
Quadro 4 - Modelo Teórico da Gestão Socioambiental com base na Responsabilidade Social.....	62
Quadro 5 – Nomes fictícios dos cargos dos colaboradores participantes da pesquisa.....	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Participação dos municípios de Goiás na arrecadação de ICMS no ano de 2011.....	59
Tabela 2 - Perfil dos Colaboradores da Caramuru alimentos S/A nos anos de 2010/2011	76
Tabela 3 - Faixa Etária dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	76
Tabela 4 – Investimentos com a alimentação dos colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	77
Tabela 5 – Investimentos com Previdência Privada dos Colaboradores da empresa Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	78
Tabela 6 – Investimentos em Reais com Saúde e Segurança dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	79
Tabela 7 - Investimentos em Reais com Educação dos Colaboradores da empresa Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	80
Tabela 8 - Investimentos em Reais com Cultura da empresa Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	80
Tabela 9 - Investimentos com Capacitação e Desenvolvimento Profissional dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	81
Tabela 10 - Participação nos Lucros e Resultados da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	82
Tabela 11 - Investimentos em Reais com Transportes, Uniformes e Recreação da Caramuru Alimentos S/A nos anos 2010 / 2011.....	83
Tabela 12 – Investimentos em Reais Relacionados com Programas Ambientais da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010 e 2011.....	85
Tabela 13 - Consumo do Uso de Recursos Naturais pela Caramuru Alimentos S/A nos Anos de 2010 e 2011.....	86
Tabela 14 – Investimentos com Programas para Fornecedores da Agricultura Familiar da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	90
Tabela 15 - Números de Treinamentos de Fertilizantes e Cultura no Campo Realizados pela Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	90
Tabela 16 - Investimentos com Contribuição com a Comunidade pela Caramuru	

Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	93
Tabela 17 - Investimentos com Programas Sociais pela Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.....	95
Tabela 18 - Demonstrativo da Geração e Distribuição de Riquezas da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010 e 2011.....	96

LISTA DE SIGLAS

- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas
- ADCE – Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
- BOVESPA – Bolsa de Valores do Estado de São Paulo
- CETESB – Companhia e Tecnologia de Saneamento Ambiental
- CNUMAD – Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente
- CMMAD – Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente
- CO₂ – Dióxido de Carbono
- CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente
- CONMETRO – Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
- EIA – Estudos de Impacto Ambiental
- EPI's – Equipamentos de Proteção Individual
- ETE – Estação de Tratamento de Efluentes
- GQT – Gestão pela Qualidade Total
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviço
- INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
- ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial
- ISO – *Internacional Organization for Standardization (Organização Internacional de Padronização).*
- ISO 9000 – Sistema de Gestão da Qualidade
- ISO 14001 – Sistema de Gestão Ambiental (SGA) – Especificações para implantação e guia
- INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia Normalização e Qualidade Industrial
- FIDES – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
- GRSI – Gestão de Responsabilidade Social Interna
- GRSE – Gestão de Responsabilidade Social Externa
- ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial da BOVESPA
- L I – Licença de Instalação
- L F – Licença de Funcionamento
- LNT – Levantamento de Necessidade de Treinamento
- L O – Licença de Operação
- L P – Licença Previa

NBC – Norma Brasileira Contábil
OHSAS 18000 – Occupational Health and Safety Management)
OIT – Organização Internacional do Trabalho
ONG – Organização Não Governamental
ONU – Organização das Nações Unidas
PGA – Programa de Gestão Ambiental
PLR – Participação nos Lucros e Resultados
PNUMA – Programa das nações Unidas para o Meio Ambiente
RIMA – Relatório de Impactos Ambientais
RSE – Responsabilidade Social Empresarial
SGA – Sistema de Gestão Ambiental
SEBRAE – Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SEFAZ – Secretaria da Fazenda
SEMA – Secretaria Especial do Meio Ambiente
SESI – Serviço Social da Indústria
SESMT – Serviço Especializado em Engenharia e Segurança e em Medicina do Trabalho
SISNAMA – Sistema Nacional do Meio Ambiente
SRI – Investimentos Socialmente Responsáveis
UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
1.1 A Evolução Histórica da Gestão Ambiental e de Sustentabilidade.....	21
1.2 Gestão Ambiental.....	26
1.3 Certificação e Legislação Ambiental no Brasil.....	30
1.4 Impacto Ambiental.....	35
1.5 Auditoria Ambiental.....	37
1.6 Responsabilidade Social.....	39
1.7 <i>Marketing</i> Social.....	47
1.8 A Gestão Socioambiental como Estratégia de Competitividade.....	48
1.9 Certificação ISO 26000 – Responsabilidade Social.....	51
CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA	55
2.1 Abordagem da Pesquisa.....	55
2.2 O Objeto da Pesquisa.....	56
2.3 Delimitação da Pesquisa.....	58
2.4 As Etapas do Roteiro da Pesquisa.....	60
2.5 Modelo Teórico.....	61
2.6 Protocolo da Pesquisa.....	64
2.7 Técnica de Coleta de Dados.....	66
2.8 Análise e tratamento dos Dados.....	68
2.9 Critérios de Inclusão e Exclusão dos Sujeitos.....	68
CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NA EMPRESA	70
3.1 Análise das Dimensões e Elementos da Gestão Socioambiental.....	70
3.2 Análise do modelo de questionário de responsabilidade socioambiental com Base nos Indicadores do Instituto Ethos e o Balanço Social da empresa em estudo.....	74
3.2.1 Valores Transparência e Governança	74
3.2.2 Público Interno	77
3.2.3 Meio Ambiente	84
3.2.4 Fornecedores	89
3.2.5 Consumidores e Clientes	91

3.2.6 Comunidade.....	92
3.2.7 Governo e Sociedade.....	96
CONCLUSÃO.....	98
REFERÊNCIAS.....	100
APÊNDICE I - Roteiro de Entrevista com a Diretora (A) Da Indústria Alimentícia	105
APÊNDICE II – Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaboradora (A).	107
APÊNDICE III - Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (B).	106
APÊNDICE IV - Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (C).	109
APÊNDICE V - Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (D)	111
APÊNDICE VI- Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (E)...	113
APÊNDICE VII - Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (F)....	114
APÊNDICE VIII - Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: colaborador (B)...	116
APÊNDICE IX – Termo de Livre Consentimento e Esclarecimento.....	118

INTRODUÇÃO

A presente dissertação vem apresentar um estudo sobre a gestão socioambiental em uma indústria alimentícia de grande porte, localizada no município de Itumbiara no estado de Goiás. A temática sobre a gestão socioambiental traz algumas discussões e reflexões sobre como fazer e exercer ações que possam beneficiar as empresas e a sociedade de forma conjunta, e que possam dinamizar as melhorias em prol da sociedade e do meio ambiente.

Algumas organizações estão buscando a gestão socioambiental como uma estratégia de sustentabilidade. O mundo corporativo percebe que as empresas, enquanto agentes sociais fazem parte da sociedade que as abriga e condiciona sua existência (SROUR, 2000).

Aligleri et al (2009, p. 11) afirmam que “[...] nos últimos anos a responsabilidade social das organizações vem perdendo relação direta e única com projetos e ações filantrópicas e assistenciais, ficando restritas a sentimentos de boa vontade, de favor e ajuda aos mais necessitados”.

Porter e Kramer (2006) acreditam que a melhoria da questão social e a da concorrência andam juntas, e afirmam que se fossem usados norteadores das principais decisões empresariais para analisar políticas de responsabilidade social, se descobriria que as práticas podem ser muito mais do que um custo ou entrave, tornando fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva.

Tachizawa (2008, p. 04) destaca o Instituto Ethos¹, citando que este “[...] ... sugere um padrão de balanço social que explicita os impactos da atividade da empresa na sociedade e evidencie o relacionamento com os diferentes públicos”.

Segundo o Instituto Ethos, a definição de responsabilidade social é:

Forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2012).

As organizações que envolvem um modelo de negócio avaliando as consequências dos seus impactos, de suas decisões e ações, além de análises financeiras, contemplando aspectos sociais e ambientais, estão comprometidas com a responsabilidade social

¹ O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). Sua missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

empresarial. Uma gestão para ser sustentável busca o equilíbrio nas relações econômicas, ambientais e sociais (*triple bottom line*)² contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

A responsabilidade socioambiental é um campo muito amplo e com alguns trabalhos realizados, mas ainda pode-se dizer que o campo de estudo é relativamente recente e precisa de aprofundamento (VITERBO JR., 2007).

As organizações no contexto do mundo globalizado necessitam partilhar do entendimento de que deve existir um objetivo comum do desenvolvimento econômico com responsabilidade socioambiental, e não um conflito, tanto para o momento presente como para as gerações futuras.

O mercado de negócios ambientais oferece oportunidades rentáveis com o uso de tecnologias limpas, com projetos de desenvolvimento sustentável, gestão de resíduos sólidos industriais e reciclagem de materiais, dentre outros. O reaproveitamento de resíduos no processo produtivo está associado à sustentabilidade.

As práticas de responsabilidade socioambiental devido a sua complexidade e recente valorização nas atividades produtivas variam de acordo com o porte da organização, em que as exigências de licenciamento e a legislação ambiental são mais importantes que as motivações associadas à redução de custos. Os impactos ambientais nas organizações e as estratégias ambientais a serem adotadas são diferentes em função do tipo de empresa (TACHIZAWA, 2008).

Tachizawa (2008, p. 18), comenta que “[...] a gestão socioambiental não questiona a ideologia do crescimento econômico, que é a principal força motriz das atuais políticas econômicas e, tragicamente da destruição do ambiente global”.

A gestão socioambiental implica que os recursos naturais são limitados, e que precisa ter algumas ações, pois com o crescimento econômico ilimitado, o planeta pode ter vários desastres, por isso a necessidade de introduzir a sustentabilidade nas atividades de negócios.

O desenvolvimento econômico do estado de Goiás, com seu crescimento populacional, trouxe maior utilização de seus recursos naturais, geração de novos postos de trabalho e renda. O estado de Goiás é composto por 246 municípios e está localizado na região Centro Oeste do Brasil, sendo o 7º maior do país em extensão territorial, conforme informações no site do Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos - IMB.

² - *Triple bottom line* –tripé da sustentabilidade ou tripé resultado – foi cunhado por John Elkington em 1997 no seu livro *Canibais com garfo e faca*. A expressão também é conhecida por “três Ps” – *people, planet e profit* – e refere-se aos resultados de uma companhia medidos em termos de rentabilidade econômica, social e ambiental.

A indústria alimentícia foi escolhida por sua importância na economia do município de Itumbiara, no estado de Goiás. O segmento industrial, conta hoje com mais de 152 indústrias instaladas no município, conforme informações obtidas no site da secretaria da fazenda do estado de Goiás. Destaca-se no município de Itumbiara a presença de uma expressiva indústria alimentícia, fazendo com que Itumbiara seja um dos maiores exportadores desse produto no estado de Goiás. Esta pesquisa originou de uma preocupação em verificar se a indústria alimentícia está utilizando práticas de gestão socioambiental no processo produtivo, com responsabilidade social, para preservar o meio ambiente e melhorar a qualidade de vida da população.

Ao realizar a pesquisa sobre as práticas socioambientais de organizações na indústria alimentícia, não foram pesquisadas as indústrias de pequeno porte, pressupondo que não tenham conhecimento sobre a temática abordada nesta investigação, o que tornaria mais difícil atingir o objetivo proposto por esta pesquisa.

Segundo Köche (1997, p.108), “[...] o problema de pesquisa é um enunciado interrogativo que questiona sobre a possível relação que possa haver entre (no mínimo) duas variáveis, pertinentes ao objeto de estudo investigado e possível de teste ou observação empírica”.

A questão principal desta pesquisa foi: Como são as práticas socioambientais dos negócios de uma indústria alimentícia no município de Itumbiara, no estado de Goiás?

Com base na questão geral de pesquisa, algumas questões específicas apresentaram-se pertinentes e incitaram a curiosidade, tais como: Quais são as práticas socioambientais implementadas pela empresa alimentícia de grande porte localizada em Itumbiara? Quais são as certificações que a empresa possui? Quais são as motivações que pressionam a empresa por melhorias ambientais?

O objetivo geral do estudo foi o de identificar as práticas socioambientais de uma indústria alimentícia no município de Itumbiara, no estado de Goiás.

Os objetivos específicos são: verificar as práticas que introduzem a questão da gestão socioambiental; analisar o Balanço Social dos anos de 2010 e 2011; verificar as certificações que a empresa possui e compreender as motivações que pressionam organizações da indústria alimentícia por melhorias ambientais.

O pressuposto da pesquisa foi que as indústrias alimentícias utilizam práticas de gestão socioambiental e priorizam a temática proteção ambiental e responsabilidade social empresarial por pressões da sociedade ou parte do governo, que solicita formal e

informalmente projetos sociais e compensações ambientais estabelecidas por lei. Para estudar o pressuposto da pesquisa foi feito um plano de amostragem no município de Itumbiara nas indústrias alimentícias para identificar a população e amostra da pesquisa.

Segundo Schiffman e Kanuk (2000, p. 26), um plano de amostragem deve responder às seguintes questões: “[...] quem pesquisar (unidade de amostragem), quantos pesquisar (o tamanho da amostra) e como selecionar (o procedimento da amostragem). A decisão de quem pesquisar exige que o universo seja definido de modo que uma amostra adequada possa ser selecionada”.

O universo (população) da pesquisa de campo foi identificado através do cadastro das indústrias, disponível no site na Secretaria da Fazenda do estado de Goiás, onde foi possível identificar que existem 40 indústrias alimentícias de pequeno, médio e grande porte no município de Itumbiara. A fonte de informação básica foi a Secretaria da Fazenda do estado de Goiás (SEFAZ), através do seu *site* oficial. Para identificar e classificar o porte das organizações, através do número de colaboradores, a pesquisadora entrou em contato com as indústrias através dos departamentos de recursos humanos para identificar a quantidade de colaboradores, sendo que foi possível identificar dentro do universo de 40 indústrias, somente 04 companhias de médio e grande porte.

Na classificação do porte das indústrias foi utilizada a proposta baseada em número de funcionários, utilizada pelas áreas de pesquisa do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Para esta pesquisa, foram escolhidas indústrias alimentícias no município de Itumbiara com os seguintes critérios, conforme apresentado no quadro 1:

Quadro 1 - Classificação do porte da indústria

Porte	Empregados
Micro	Indústrias até 19 Funcionários
Pequeno Porte	Indústrias de 20 a 99 Funcionários
Médio Porte	Indústrias de 100 a 499 Funcionários
Grande Porte	Indústrias com mais de 499 Funcionários

Fonte: [SEBRAE](#) (2012)

De acordo com as informações obtidas por telefone, em contato da pesquisadora com indústrias alimentícias de Itumbiara, somente uma organização autorizou que o estudo fosse realizado. Esta organização informou que possuía 2500 colaboradores diretos no ano de 2012. Segundo a classificação do SEBRAE, a indústria alimentícia é de grande porte.

Em 2011, a empresa estudada possuía uma participação no processamento de soja de 3,5% em nível nacional e de 22% no estado de Goiás. A participação no processamento de óleo refinado é de 8% a nível nacional e de 12 % na moagem de milho. O faturamento global chegou a R\$ 2,2 bilhões em 2011, com exportações na casa dos US\$ 572 milhões, com investimentos em torno de US\$ 45 milhões.

Constatou-se que a empresa era uma importante geradora de empregos no município de Itumbiara, obtendo uma representatividade no estado de Goiás na armazenagem e produção de produtos alimentícios, justificando sua escolha como objeto de estudo.

Para apresentar seus resultados este trabalho foi organizado da seguinte forma:

O Capítulo 1 apresenta a fundamentação teórica contendo diversos pontos de vista sobre responsabilidade social e ambiental. O primeiro ponto tratado foi sobre a evolução histórica da gestão ambiental e de sustentabilidade. Posteriormente é apresentada a Gestão Ambiental e em seguida a Certificação e Legislação Ambiental no Brasil. No capítulo 1 também foram apresentados os temas impactos ambientais e processo de Auditoria Ambiental, além da Responsabilidade Social Ambiental. O Marketing Social foi apresentado associando este tema com a Gestão de Responsabilidade Social Interna e Externa. O último assunto a ser tratado foi a Gestão Socioambiental como estratégia de competitividade na busca da sustentabilidade e de vantagens competitivas, inclusive através do Balanço Social.

O capítulo 2 apresenta a metodologia da pesquisa, o método da pesquisa, o objeto do estudo, o protocolo de pesquisa, as técnicas de coleta de dados e os critérios de inclusão e exclusão dos sujeitos envolvidos na investigação.

No capítulo 3 são apresentados os resultados obtidos na empresa através da análise das dimensões e elementos da Gestão Socioambiental, através da entrevista com a gestora da organização para identificar a sua posição perante a temática. A segunda análise foi sobre os resultados dos questionários aplicados com os gestores colaboradores da empresa em comparação com os indicadores do instituto ETHOS.

CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica é parte essencial para se conhecer, com mais profundidade, o tema em questão, tornando-se a base e a sustentação da pesquisa e seu relato. Na construção de uma teoria, faz-se necessário que se identifique as diversas formas de utilização do objeto de pesquisa. Portanto, a busca de informações é fundamental para entender e explicar os conceitos e argumentos causais adotados e, como eles se vinculam ao estudo que está sendo desenvolvido ou testado (ROSSETTI, 2008, p. 23).

Nesse contexto, este capítulo tem por objetivo abordar os tópicos que fornecem base teórica para o desenvolvimento desta pesquisa, com base no embasamento conceitual que aborda inicialmente a evolução histórica da gestão ambiental e da sustentabilidade, a certificação e a legislação ambiental no Brasil, Degradação ambiental, auditoria ambiental, a responsabilidade social, o marketing social, a gestão socioambiental como estratégia de competitividade, os indicadores de gestão ambiental e responsabilidade social.

1.1 A Evolução Histórica da Gestão Ambiental e de Sustentabilidade

A sociedade tem debatido muito sobre as temáticas de degradação ambiental, aquecimento global e desenvolvimento sustentável, mas sabe-se que as questões e estudos sobre meio ambiente são assuntos que estão em pauta há pelo menos dois séculos.

Os acidentes e incidentes ambientais que chamaram a atenção do mundo para a sua importância da qualidade ambiental fizeram com que o homem passasse a repensar sua postura em relação ao usufruto dos recursos naturais que o cercam.

Nos processos industriais, onde cada indivíduo cria uma demanda de produção de determinado bem ou serviço para seu consumo, estão cada vez mais gerando resíduos sólidos, resíduos líquidos e resíduos gasosos e utilizando os de recursos naturais.

Os padrões de consumo adotados pelas populações a partir da Revolução Industrial em meados do século XVIII tornaram-se cada vez mais exigentes, sofisticado e esbanjador, contribuindo para aumentar a insustentabilidade dos espaços urbanos.

A partir da Revolução Industrial, foram iniciadas ações para solucionar a poluição,

sendo que no período de pós-guerra houve um crescimento dos movimentos ambientais para remover o lixo urbano que estavam prejudicando a saúde de seus habitantes.

Barbieri (2004, p. 56) indica que “[...] se entende por ambientalismo as diferentes correntes de pensamento de um movimento social que tem na defesa do meio ambiente sua principal preocupação”.

O conceito de Eco Desenvolvimento, proposto nos anos 1970 por Maurice Strong e Ignacy Sachs, durante a I Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Estocolmo, 1972), sustentou as propostas do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), colocando a questão ambiental nas agendas oficiais internacionais. Nessa conferência participaram 113 países e foi constatada a diferença entre países ricos e pobres com relação à visão e posicionamento frente os problemas ambientais, em que os países ricos defendiam a realização de controles internacionais rígidos para reduzir a poluição que já atingia níveis alarmantes. Foi a primeira vez que representantes de governos se uniram para discutir a necessidade de tomar medidas efetivas de controle dos fatores que causam degradação ambiental.

A Conferência de Estocolmo em 1972 contribuiu para o entendimento sobre a questão ambiental e seus problemas, passando a ter extrema relevância nos assuntos governamentais e o ambientalismo.

No Brasil constatou-se uma preocupação com questões ambientais a partir de 1973, com a criação da Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA) em âmbito Federal e da Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB) no estado de São Paulo.

Para Tachizawa (2002, p. 6), somente “A partir de 1975, órgãos ambientais foram sendo criados nos diversos estados e começaram a surgir legislações e regulamentações específicas de controle ambiental nos níveis federal, estadual e, posteriormente municipal”.

Quando as questões sociais, econômicas, políticas e culturais estão sendo trabalhadas juntas às questões ambientais surge à educação socioambiental.

Fonteles (2004, p. 47) relata o surgimento do ambientalismo no Brasil:

No Brasil, o ambientalismo emergiu na primeira metade da década de 1970 com campanhas de denúncia e conscientização pública de ação localizada, refletindo iniciativas de países de Primeiro Mundo que, no entanto, obtiveram pouca repercussão na opinião pública. No final dessa década, a repercussão começou a se ampliar, passando do âmbito local para o regional e nacional, com a formação de grupos de base. Nos anos de 80 o debate sobre o meio ambiente levou a sociedade brasileira a se conscientizar dos problemas ambientais. Além dos ambientalistas militantes e simpatizantes, a imprensa e candidatos a cargos eletivos na esfera político-partidária engajaram-se no movimento. A Constituição federal de 1988 e as Constituições Estaduais e Leis Orgânicas Municipais reservaram capítulos à

temática.

O conceito de desenvolvimento sustentável foi cunhado inicialmente pelo relatório da *Brundtland Commission*, em 1987, intitulado “Nosso futuro comum”. A comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, que abordou o desenvolvimento sustentável como aquele que utiliza os recursos naturais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas necessidades.

A Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), ECO-92, foi realizada em 1992, na cidade do Rio de Janeiro no Brasil, onde resultaram a Carta da Terra (rebatizada de Declaração do Rio) e um acordo firmado entre os participantes do evento denominado Agenda 21. Durante o evento reconheceu-se a importância de assumir a ideia de sustentabilidade em qualquer programa ou atividade de desenvolvimento. A Agenda 21 constitui-se em um documento que apresenta a sistematização de um programa de ações para o desenvolvimento sustentável, um acordo firmado entre os 178 países participantes da conferência.

Barbieri (2007, p. 37) reflete que a Agenda 21 contribuiu para apresentar recomendações específicas para os diferentes níveis de atuação, do internacional ao organizacional (sindicatos, empresas, ONGs, instituições de ensino e pesquisa, etc.) sobre assentamentos humanos, erradicação da pobreza, desertificação, água doce, oceanos, atmosfera, poluição e outras questões socioambientais.

Para Seiffert (2006), o crescimento econômico não implica propriamente em desenvolvimento, mas simplesmente na expansão da escala de produção e dimensões físicas de um sistema econômico. A palavra desenvolvimento implica em sustentabilidade. O vivenciado pelo homem nas últimas décadas constitui-se, em sua essência, em um processo de crescimento econômico.

Segundo Kinlaw (1998), o termo desempenho sustentável descreve:

Como as organizações devem conduzir seus negócios para continuar conduzindo os mesmos negócios futuro adentro. Se o objetivo primeiro das organizações é permanecer vivas, então o desempenho sustentável descreve o que é necessário para permanecer vivas na nova era ambiental. Se desempenho de qualidade tornou-se o lema desta década, desempenho sustentável (ou algo similar) irá se tornar o lema da próxima década (KINLAW, 1998, p.22).

O principal objetivo do desenvolvimento sustentável é satisfazer as necessidades e aspirações humanas e que, em sua essência, ele:

[...] é um processos de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de

atender às necessidades e aspirações humanas (CMMAD, 1991, p.49).

No meio empresarial a questão ambiental deixou de ser tratado apenas como uma atitude negativa. A partir da década de 1980, o surgimento de novos conceitos - como o Desenvolvimento Sustentável e o Eco Desenvolvimento no campo das teorias de desenvolvimento, de Produção Mais Limpa e o Gerenciamento Ambiental da Qualidade Total no campo empresarial, dentre outros - foram acentuando os vínculos positivos entre preservação ambiental, crescimento econômico e atividade empresarial. A questão ambiental passou a ser uma estratégia de crescimento das empresas, seja por gerar ameaças, posicionamento no mercado como também oportunidades empresariais.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), através da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e desenvolvimento (CMMAD), “[...] desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades presentes sem comprometer a possibilidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades, buscando o equilíbrio entre proteção ambiental e desenvolvimento econômico” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991). Sabe-se que são necessárias metas e objetivos para que se tenha um mundo equilibrado.

A questão ambiental para Leff (2000):

É um assunto que não compete somente aos órgãos administrativos do estado e aos seus aparelhos ideológicos (escola, universidade, sistema jurídico, meios de comunicação), pois, transcende-os, levando a uma participação ampla da sociedade civil na definição de novos estilos de vida, relações de poder e modos de produção (LEFF, 2000, p. 302).

A cúpula mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável em 2002 na África do Sul na cidade de Joanesburgo (Rio + 10) definiu que para ter um desenvolvimento sustentável é necessário que se tenha: “[...] três pilares interdependentes e mutuamente sustentadores, desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental”. Algumas questões críticas foram apontadas como desperdício, degradação ambiental, crescimento demográfico, pobreza e fome.

A Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável Rio + 20 foi realizada na cidade do Rio de Janeiro entre os dias 13 a 22 de junho de 2012. O encontro marcou o vigésimo aniversário da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento que aconteceu na capital carioca no ano de 1992, que ficou conhecido como Rio-92, e também os dez anos da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, que ocorreu em Joanesburgo, África do Sul, no ano de 2002. Durante os dias de evento da conferência, chefes de estado e de Governo, ativistas ambientais, cientistas e representantes de

mais de 150 países trabalharam dois temas principais: “A economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza”, e a “Estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável”.

O principal objetivo da conferência Rio +20 foi renovar e reafirmar a participação dos líderes dos países com relação ao desenvolvimento sustentável no planeta Terra. Foi, portanto, uma segunda etapa da Cúpula da Terra (ECO-92) que ocorreu há 20 anos na cidade do Rio de Janeiro.

A sustentabilidade engloba um processo de mudança, Sachs (1997) afirma que o conceito de desenvolvimento sustentável apresenta cinco dimensões: sustentabilidade social, econômica, ecológica, geográfica e cultural.

A sustentabilidade dentro da perspectiva econômica ou a sustentabilidade econômica abrange alocação e distribuição eficiente dos recursos naturais dentro de uma escala apropriada. Do ponto de vista econômico a sustentabilidade prevê que as empresas têm que ser economicamente viáveis. Seu papel na sociedade deve ser levado em consideração esse aspecto de rentabilidade, ou seja, dar retorno ao investimento realizado pelo capital. Rutherford (1997) apud Bellen (2006) vê o mundo em termos de estoques e fluxo de capital. Na verdade essa visão não está restrita apenas ao convencional capital monetário ou econômico, mas está aberta a considerar capitais de diferentes tipos incluindo o ambiente natural, capital humano e capital social.

Para Sachs (1997), a sustentabilidade social refere-se a um processo de desenvolvimento que eleva a renda, diminuindo as atuais diferenças entre os níveis na sociedade e a melhoria das condições de vida das populações. A preocupação maior é com o bem estar humano, as condições humanas e os meios utilizados para aumentar a qualidade de vida. É importante ter acesso como: serviços básicos, água limpa, ar puro, serviços médicos, proteção, segurança e educação podendo estar ou não relacionado com os rendimentos ou a riqueza da sociedade. A questão da riqueza é importante, mas não é apenas parte do quadro geral da sustentabilidade.

Na sustentabilidade da perspectiva ambiental a preocupação é relativa aos impactos das atividades humanas sobre o meio ambiente. A sustentabilidade ecológica busca ampliar a capacidade do planeta pela utilização do potencial encontrado nos diversos ecossistemas, ao mesmo tempo em que se mantém a sua deterioração em um nível mínimo. Dessa maneira deve-se reduzir a utilização de combustíveis fósseis, diminuir a emissão de substâncias poluentes, adotar políticas de conservação de energia e de recursos, substituir recursos não

renováveis por renováveis e aumentar a eficiência em relação aos recursos utilizados (SACHS, 1997).

A sustentabilidade da perspectiva geográfica pode ser alcançada por meio de uma melhor distribuição dos assentamentos humanos e das atividades econômicas. Devendo procurar uma configuração rural-urbana mais adequada para proteger a diversidade biológica, ao mesmo tempo em que se melhora a qualidade de vida das pessoas (BELLEN, 2006).

A sustentabilidade cultural, segundo Sachs (1997), é a mais difícil de ser concretizada, pois esta relacionada ao caminho da modernização sem o rompimento da identidade cultural dentro dos contextos espaciais específicos. Esse conceito refere-se a uma nova concepção dos limites e ao reconhecimento das fragilidades do planeta, ao mesmo tempo em que enfoca o problema socioeconômico e da satisfação das necessidades básicas das populações.

Os objetivos do desenvolvimento sustentável desafiam as instituições contemporâneas. Apesar da dificuldade que essas características conferem ao estado do desenvolvimento sustentável, a diversidade desse conceito deve servir não como obstáculo na procura de seu melhor entendimento, como fator de motivação e também como criador de novas visões sobre ferramentas para descrever a sustentabilidade.

1.2 Gestão Ambiental

O meio ambiente é tudo que envolve ou cerca os seres vivos. A palavra ambiente vem do latim e o prefixo *ambi* dá ideia de ao redor de algo ou ambos os lados. O verbo latino *ambio*, *ambire* significa andar em volta ou em torno de alguma coisa. A palavra meio ambiente encerra em redundância (Barbieri, 2007).

O conceito de modelos e instrumentos de gestão ambiental pode ser definido como:

... as diretrizes e as atividades administrativas e operacionais, como planejamento, direção, controle, alocação de recursos e outras realizadas com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pelas ações humanas, quer evitando que eles surjam (BARBIERI, 2007).

Segundo Leff (2001, p.56), a problemática ambiental abriu um processo de transformação do conhecimento, expondo a necessidade de gerar um método para pensar de forma integrada e multivalente os problemas globais e complexos, assim como a articulação

de processos de diferente ordem de materialidade.

Segundo Valle (1995, p. 39), a gestão do meio ambiente em uma empresa deve: “[...] estar bem integrada com os demais setores que regem seus negócios”.

Viterbo (1998, p.51) define gestão ambiental “[...] como nada mais do que a forma como as organizações administram as relações entre suas atividades e o meio ambiente que as abriga, observando as expectativas das partes interessadas”.

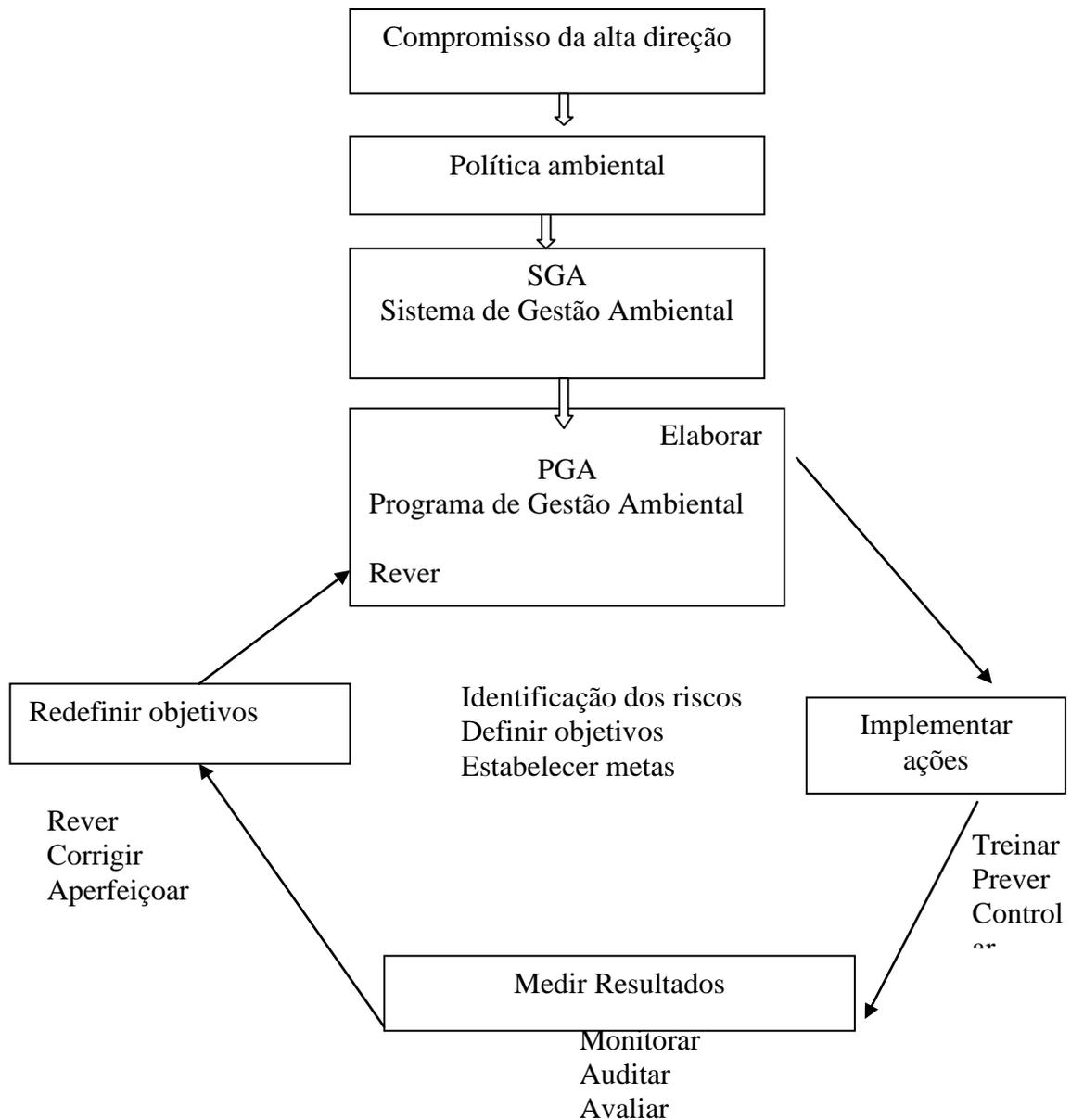
Valle (2002, p. 17) afirma que “a gestão do meio ambiente não deve ser vista como um problema a mais para a organização, pois é essencial para seu desenvolvimento e sobrevivência”. Segundo este autor:

A Gestão Ambiental consiste de um conjunto de medidas e procedimentos bem definidos, adequadamente aplicados, que visam reduzir e controlar os impactos introduzidos por um empreendimento sobre o meio ambiente. O ciclo de atuação da Gestão Ambiental, para que seja eficaz, deve cobrir, portanto, desde a fase de concepção do projeto até a eliminação efetiva dos resíduos gerados pelo empreendimento depois de implantado, durante toda a sua vida útil (VALLE, 1995, p. 39).

Viterbo (1998) comenta que o foco da Gestão Ambiental é a empresa e não o meio ambiente e “[...] que somente através de melhorias em produtos, processos e serviços serão obtidas reduções nos impactos ambientais”.

Para que a organização tenha foco em Gestão Ambiental, Valle (2000) apresenta um modelo baseado na ISO 14000 para buscar melhorias nos processos, conforme apresentado na figura 1.

Figura 1 - Modelo de gestão ambiental baseado na ISO 14000



Fonte: Valle (2000, p. 40)

A figura 1 apresenta o modelo que busca as melhorias do sistema de gestão, permitindo que as mudanças e melhorias sejam realizadas de maneira planejada e monitorada, podendo controlar e medir os resultados, revendo os objetivos e suas ações, buscando o acompanhamento e atualização dos planos e ações de melhorias sendo realizadas pelos responsáveis pelos processos.

Robles Jr (2003) comenta que o Sistema de Gerenciamento Ambiental (SGA) consiste em:

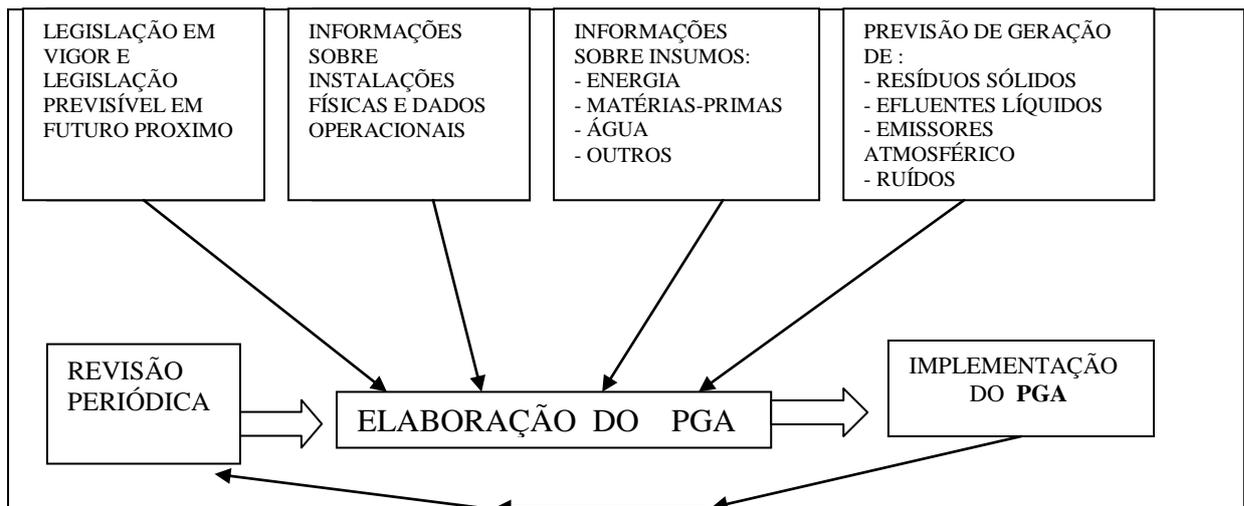
Um conjunto de medidas e procedimentos bem definidos e adequadamente aplicados que visam reduzir e controlar os impactos introduzidos por determinado empreendimento sobre o meio ambiente para que haja eficácia. O ciclo da gestão ambiental deve cobrir desde a fase de concepção do projeto até a eliminação efetiva dos resíduos gerados pelo empreendimento depois de implantado durante toda a sua vida útil, devendo também assegurar a melhoria contínua das condições de segurança, higiene e saúde ocupacional de todos os seus empregados, e um relacionamento sadio com os seus segmentos da sociedade que interagem com esse empreendimento e a empresa (ROBLES JR, 2003, p. 131).

As vantagens de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) para as empresas, segundo Robles (2003) são:

Redutoras de custos de operação, minimizadoras de acidentes, redutoras de multas e, obviamente, competitivas. Para a sociedade significa uma melhoria da qualidade de vida decorrente da diminuição dos impactos ambientais adversos ou desfavoráveis e uma redução do custo e do controle e fiscalização, sendo impositiva, por meio de legislações (ROBLES JR. 2003, P. 138).

Para elaboração de um programa de gestão ambiental (PGA) requer-se a identificação precisa dos processos como a legislação em vigor, com informações sobre as instalações físicas; informações sobre insumos energéticos utilizados na instalação; a geração de resíduos sólidos, os efluentes líquidos e emissões de ruídos, para a elaboração do programa de gestão ambiental e posteriormente a implementação e as revisões periódicas. Para compreender a elaboração do programa de gestão ambiental (PGA) as informações sobre esse processo são apresentadas na figura 02:

Figura 2 - Informações para Elaboração do Programa de Gestão Ambiental – (PGA)



Fonte: Valle (2000, p. 44)

Valle (1995) comentou que, para implementar a PGA, “[...] deve ser designado um gerente ambiental, profissional que coordenará o tema meio ambiente no âmbito da empresa e em suas relações externas”.

Cabe esclarecer que o gerente ambiental não pode ser o único responsável pelo desempenho ambiental da empresa. Sua função é de coordenar e articular providências com os responsáveis pela produção, aos quais compete, em última instância, assegurar a observância dos principais aspectos da política ambiental.

1.3 Certificação e Legislação ambiental no Brasil

As normas internacionais são componentes importantes para os processos de liberação comercial, pois geram maior segurança para os importadores e os órgãos reguladores e fiscalizadores, além de baratearem os custos das empresas que quiserem venderem seus produtos em diversos países, sem a necessidade de se adequarem as diferentes normas. Segundo Moura (2002, p.259), a Certificação é “[...] uma atividade formal realizada para atestar que uma determinada organização, parte dela ou determinados produtos, estão em conformidade com alguma norma específica”.

A busca da Certificação Ambiental – movimento iniciado pelas indústrias – atinge agora todos os setores da economia, e já incluem, em número crescente, organizações comerciais e prestadores de serviços, instituições de ensino e de empreendimentos turísticos. Ainda assim, as atividades industriais e de mineração, por serem mais visíveis e submetidas com controles mais rigorosos e regulamentos mais restritos, formam, até o presente, o maior contingente das organizações que pleiteiam a Certificação (VALLE, 2002).

Para que a organização seja certificada existem órgãos credenciados para regulamentar as certificações. No Brasil, o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - INMETRO é a instituição brasileira que credencia as empresas responsáveis pela emissão dos certificados ISO 14.001. Atualmente o INMETRO possui em seu cadastro entidades certificadoras em atividade aptas a promover a emissão de certificados para empresas ou empreendimentos que estejam em conformidade com a norma, conforme apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 - Certificadores no Brasil

CERTIFICADORES	SIGLA	Cidade
Quality Evaluations Inc.	ABS	São Paulo
Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica	ABTG	São Paulo
Avaliações Brasil da Conformidade e Ensaios Ltda	ABRACE	São Paulo
Avaliações da Qualidade S. A	BRTÜV	Barueri
Brasil Sistemas de Gestão	BSI	São Paulo
Brasil Sociedade Certificadora Ltda	BVQI	São Paulo
American Bureau of Shipping	A.B.S.– Q.E.	São Paulo
Associação Brasileira de Normas Técnicas	ABNT	Rio de Janeiro
Bureau Veritas Quality Internacional	B.V.Q.I.	São Paulo
Det Norshe Veritas	D.N.V.	São Paulo
D.Q.S. do Brasil	D.Q.S	São Paulo
Brasil Certificadores de Qualidade Ltda	EVS	São Bernardo do Campo
Fundação Carlos Alberto Vanzolini	FCAV	São Paulo
Germanischer Lloyd Industrial Service do Brasil Ltda	GL	São Paulo
Instituto de Certificação Qualidade Brasil	ICQ	Goiânia
Instituto Falcão Bauer da Qualidade	IFBQ	São Paulo
Instituto da Qualidade Automotiva	IQA	São Paulo
Lloyd's Register of Shipping	L.R.S.	Rio de Janeiro
Management Systems Certificações Ltda	M.S.	São Paulo
Services S.p.A.	RINA	
Certificadora Ltda	SAS	Belo Horizonte
Société Generale de Surveillance	S.G.S.	São Paulo
Instituto de Tecnologia do Paraná	TECPAR	Curitiba
Rhinland do Brasil Ltda	TÜV	São Paulo

Fonte: Inmetro (2012)

Para Moura (2002, p. 260), o organismo credenciador, Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) trata-se de: “Um órgão de respeitada atuação, sobretudo realizando a habilitação dos organismos certificadores, estabelecendo critérios e verificando o desempenho daqueles organismos para decidir sobre a manutenção do seu credenciamento”.

Moura (2002, p. 260) preconiza que os organismos certificadores são “[...] organismos, sem fins lucrativos (exigência legal) que, segundo os critérios do INMETRO e as normas da ABNT ou normas vindas do exterior, como a ISO 14001, realizam as auditorias nas empresas e, verificando a conformidade com as normas, emitem um certificado”.

Moura (2002, p.261) descreve as etapas do processo de certificação, segundo o INMETRO, como apresenta o quadro 3:

Quadro 3 - Processo de Certificação segundo o INMETRO

Pré-Avaliação	Avaliação	Pós-avaliação
<ul style="list-style-type: none"> • Solicitação da certificadora pela empresa interessada; • Análise do processo pelo organismo de certificação; • Visita preliminar do organismo à empresa; • Preparação da auditoria pelo organismo de certificação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião entre a equipe de auditores e os agentes da empresa interessada (para que a empresa conheça os procedimentos da auditoria e defina os canais e responsabilidades); • Realização da auditoria; • Nova reunião. Indicação de não conformidades. Recomendação da certificação (ou não). 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise do relatório de auditoria pelo organismo de certificação; • Emissão do certificado de contrato; • Acompanhamento do desempenho (através de re-certificações periódicas).

Fonte: Moura (2002, p. 261)

Essas são as etapas do processo de certificação para que a empresa possa estar apta para obter o certificado, segundo o órgão credenciador Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - INMETRO.

Peres *et al.* (2010) comentam que existe uma tendência de implantação de Sistemas de Gestão Integrados (SGIs), que buscarão unificar as normas de qualidade, de saúde e segurança do trabalho e as ambientais. Em diversas empresas no mundo, as normas de qualidade estão sendo utilizadas como base para o tratamento de questões relacionadas ao meio ambiente, saúde e segurança do trabalho.

De acordo com as revisões e as novas edições das diferentes normas, os sistemas de gestão foram adquirindo um grande número de similaridades, tornando possível fazer um cruzamento de similaridades, por parte das organizações, entre os diversos itens das normas. O cruzamento de similaridades permitiu um alinhamento dos sistemas, reduzindo custos administrativos e de auditoria.

Segundo Peres *et al.* (2010), a outra tendência observada tem sido o movimento de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), pois as empresas são como agentes sociais poderosos, que podem contribuir decisivamente para a consolidação de novos modelos de desenvolvimento sustentável. Segundo este conceito, a prática socialmente responsável torna-se uma empresa parceira do desenvolvimento social e valoriza a imagem institucional, além de aumentar a fidelidade do consumidor. A RSE torna-se muito importante em países em desenvolvimento como o Brasil.

Algumas críticas à norma ISO 14000, segundo Cajazeira e Barbieri (2004) podem ser feitas, principalmente, pelo fato que elas não levam necessariamente à melhoria de desempenho

ambiental, que podem ser consideradas elitistas em certos contextos, ou ainda, que os custos de certificação são elevados e interessam, sobretudo, aos países ricos, constituindo-se em barreiras não tarifárias.

A certificação ISO 14.000 não atesta necessariamente a excelência ambiental de uma empresa, mas somente que a empresa possui um sistema de gerenciamento ambiental, e que está comprometida com a melhoria contínua de seus processos produtivos.

Em países em que a legislação ambiental não tenha tanto acompanhamento e fiscalização, o simples fato de estar em conformidade com a legislação não resulta em bom desempenho ambiental, mas que, ao obter certificação para o seu Sistema de Gestão Ambiental, as empresas nesses países estariam protegidas de barreiras não tarifárias e obteriam melhores condições de competitividade.

Segundo Cajazeira e Barbieri (2004) no Brasil tem sido observada uma correlação favorável entre o uso da ISO 14.001 e o desempenho ambiental. De acordo com esses autores, análises estatísticas demonstram que houve melhorias nas condições de água, esgotos, mares e florestas, além das condições humanas.

Os processos de normalização e certificação ambiental, como as normas ISO 14000, associados à implantação de uma legislação ambiental cada vez mais rigorosa e abrangente pressionam as empresas no sentido de buscarem processos de melhoria contínua, que acabam por estimular a adoção de tecnologias mais limpas e socialmente responsáveis.

A legislação ambiental procura controlar os problemas de contaminação do meio ambiente, através de três abordagens:

- a) A regulamentação dos locais de produção, visando controlar, na origem, a geração e disposição de resíduos;
- b) A regulamentação dos produtos, estabelecendo limites para emissões, restringindo o uso de certos materiais perigosos na fabricação, etc.;
- c) A regulamentação das condições ambientais de forma abrangente, limitando, em casos externos, certas atividades que possam atuar de forma crítica em desfavor de uma área ou região (VALLE, 1995, p.75).

O Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) exerce funções de caráter supletivo na atividade de licenciamento ambiental e na consequente fiscalização do efetivo cumprimento dos termos nos quais foi concedida a licença; isto porque o licenciamento é fundamentalmente desempenhado pelos órgãos estaduais integrantes do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA).

A resolução 001 de 26/1/1986 do Conselho Nacional do Meio Ambiente CONAMA, no seu artigo 4º, estabelece que: “Os órgãos setoriais (nível estadual) do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA) deverão compatibilizar os processos de licenciamento com as

etapas de planejamento de implantação das atividades modificadoras do ambiente” (MOURA, 2002).

A organização precisa adequar à resolução 001 de 26/01/1986, do CONAMA, de acordo com a regulamentação do estado onde se localiza a organização, para que o processo de licenciamento seja realizado, de acordo com as normas do processo.

Na Consulta Prévia (LP) é feita uma solicitação de licença a Secretaria do Meio Ambiente (SMA) do estado pelo empreendedor. O órgão ambiental faz, então, a primeira avaliação sobre a possibilidade de implantar o empreendimento no local pretendido, e informa esse resultado ao solicitante. Nessa ocasião é também decidida a necessidade, ou não, da apresentação de estudos de impacto ambiental (EIA - RIMA), dependendo dos problemas (impactos) ambientais que poderão ser potencialmente causados pelo empreendimento.

O Decreto Federal n. 99.274, de 6/6/1990 (CONAMA, Lei n° 6.938), estabelece que a Licença Prévia (LP) “[...] será expedida na fase de planejamento de atividade, contendo requisitos básicos a serem atendidos nas fases de instalações e operação, observados os Planos Municipais, Estaduais ou federais de solo”.

Após a Licença Prévia, serão realizadas as obras de implantação do empreendimento, sendo solicitada à licença de operação.

Na Licença de Funcionamento (LF) ou de Operação (LO) somente será emitida a autorização após as verificações necessárias, o início da atividade licenciada e o funcionamento de seus equipamentos de controle de poluição, de acordo com o previsto nas licenças e de instalação. Essa licença é concedida quando:

- a) A instalação já estiver pronta, em condições de operar;
- b) Tiver sido verificada a conformidade com aquilo que foi previsto na concessão da licença de instalação.

Poderão ser exigidas outras informações técnicas, documentos ambientais e legais que a Agência Ambiental entenda como tecnicamente exigíveis para a promoção do licenciamento da atividade, ou ainda, solicitação de alteração dos mesmos, de acordo com as características da área de influência direta e indireta, segundo informações da secretaria do meio ambiente e recursos hídricos do estado de Goiás.

Os documentos necessários para a primeira licença de funcionamento são os mesmos exigidos para a renovação da licença de funcionamento, especificado no item “renovação de licença”, porém ressaltamos que os projetos e planos ambientais apresentados para a obtenção da L I, deverão estar todos implantados exceto o cadastro de consumidor de lenha e a outorga

de uso de água, segundo informações da secretaria do meio ambiente e recursos hídricos do estado de Goiás.

1.4 Impacto Ambiental

Impacto ambiental pode ser definido como:

Qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia e resultante das atividades humanas que direta ou indiretamente afetem a segurança, a saúde, o bem-estar, as atividades socioeconômicas, a biota, as condições estéticas e sanitárias e qualidade dos recursos ambientais (CONAMA - Resolução 01/1986).

A avaliação de impacto ambiental tem sido utilizada há algum tempo como mecanismo para licenciamento de projetos como processos e/ou produtos que venham a agredir o meio ambiente, tornando-se assim um instrumento da política nacional de meio ambiente, tanto para países industrializados quanto para os países em desenvolvimento.

Tavares Junior (1997) cita que o mecanismo de avaliação permite aos dirigentes de uma organização e comunidade uma visão ampla de todas as agressões que o empreendimento possa causar ao meio ambiente, ao ambiente de trabalho e a sua vizinhança, fazendo com que as decisões por alternativas estejam concentradas em conjunto, de maneira que as ações sejam orientadas pela meta da empresa e de seu gerenciamento ambiental.

Moura (2002, p.275) define impactos ambientais como “[...] Quaisquer mudanças que ocorrem no meio ambiente como resultados das atividades da organização, ou seja, modificações nas propriedades químicas, físicas e biológicas dos elementos componentes dos ecossistemas”.

Os impactos são avaliados segundo:

Os critérios descritos no item diagnóstico ambiental da área de influência, podendo, para efeito de análise, serem considerados como: impactos diretos e indiretos; impactos benéficos e adversos; impactos temporários, permanentes e cíclicos; impactos imediatos e a médio e longo prazo; impactos reversíveis e irreversíveis; impactos locais, regionais e estratégicos (DONAIRE, 1999, p. 134).

No Brasil, a legislação referente ao estudo de impactos ambientais começou a ser implantada por meio do CONAMA, com a resolução nº 001 de 1986, que estabelece os critérios para a realização dos Estudos de Impactos Ambiental, que no Brasil recebem a Denominação de EIA/RIMA (LA ROVERE 1993).

O estudo de impactos ambientais (EIA) é uma etapa que consome muito tempo e recursos de todo o processo, pois é feita a identificação dos impactos ambientais e a avaliação de sua importância.

Para que um EIA seja bem elaborado, Valle (2002) comenta que deve incluir no mínimo as seguintes informações:

Diagnóstico da área de influência do projeto; análise dos impactos ambientais do projeto, adversos e benéficos, imediatos e de longo prazo, diretos e indiretos, temporários e permanentes; definição de medidas corretivas para os impactos adversos e potenciais dos impactos benéficos; programas para acompanhamento monitoramento dos impactos identificados (VALLE, 2002, p. 83).

Em projetos que causem impactos polêmicos, onde envolvem produtos perigosos ou resíduos de elevado risco, o órgão ambiental pode transferir a responsabilidade de autorização para o Conselho Estadual do Meio Ambiente. Em casos especiais, o conselho poderá consultar as comunidades mais afetadas por meio de audiência pública, para a aprovação do empreendimento (VALLE, 2002).

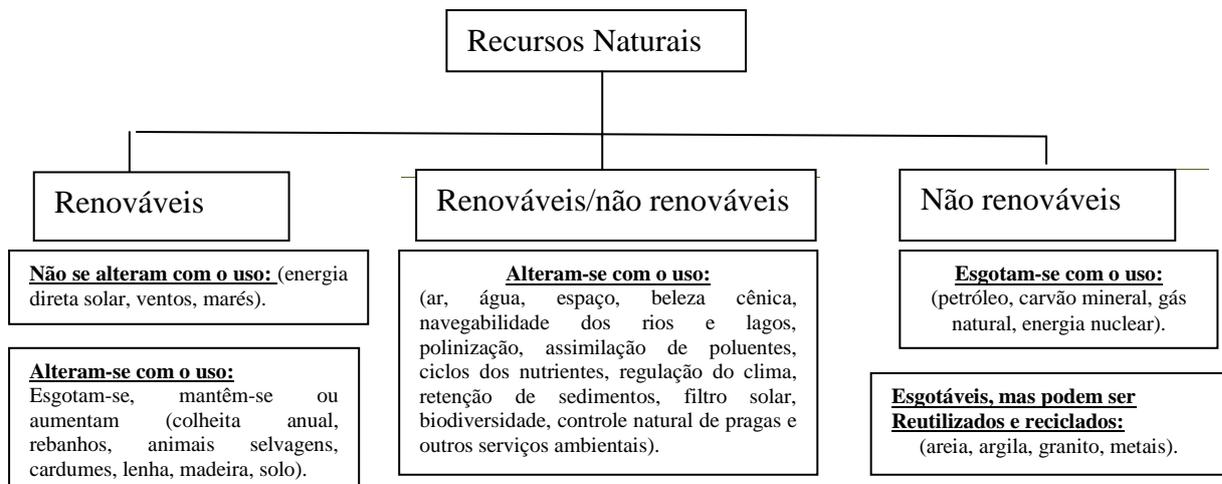
O Relatório de Impactos Ambientais (RIMA) é:

Documento que visa comunicar ao público as principais conclusões do EIA. Como público, entende-se todas as partes interessadas (comunidade, órgãos ambientais, ONGs, etc.), todos exceto o proponente e quem elaborou o EIA. As partes interessadas incluem a população atingida, grupos de interesse, técnicos do governo que irão rever o EIA- RIMA, membros do Conselho Estadual do Meio Ambiente - CONSEMA e Secretaria do Meio Ambiente - SMA. A decisão de aprovar, ou não, será tomada com um compromisso entre os aspectos positivos e negativos do empreendimento (MOURA, 2002, p. 278).

A falta de controle na utilização dos recursos naturais e com o aumento no crescimento populacional e o desenvolvimento industrial, desencadeado na década de 60, passou a ter uma preocupação com o meio ambiente. A humanidade somente começou a se conscientizar a partir da evidência dos efeitos negativos e indesejados, tais como: poluição da água e do ar, salinização dos solos cultiváveis, alterações climáticas, entre outros.

Como parte da evolução da terra, a humanidade se relaciona com o planeta como se este fosse sua casa diante da não existência de outro ser vivo com tamanha capacidade de apropriação dos recursos naturais, o homem vem esgotando toda a matéria e energia disponibilizada pela natureza, para sua sobrevivência e satisfação das necessidades. Para melhor compreensão sobre os recursos naturais apresentam-se na figura 3 como os recursos naturais são classificados:

Figura 3 - Recursos Naturais: Tipos e Exemplos



Fonte: Barbieri (2007, p. 09)

Os recursos naturais foram classificados em duas categorias básicas: os renováveis que se referem a todos os bens naturais que podem ser recuperados, independente de sua utilização contínua, como exemplos: a água doce, as florestas, as culturas agrícolas. Os recursos não renováveis são aqueles cuja exaustão depende apenas da velocidade de consumo, tendo em vista que não se regenera naturalmente como o petróleo, os minerais, o gás natural e o carvão. Os recursos denominados renováveis necessitam de um espaço de tempo para se renovar, o que na perspectiva natural do homem de obtenção e exploração contínua, pode levar ao esgotamento, o que provoca a alteração são o modo e a condição de uso.

1.5 Auditoria Ambiental

A auditoria ambiental, segundo La Rovere *et al.* (2001) *apud* Campos (2009, p. 7) pode ser entendida como uma ferramenta que possibilita um retrato instantâneo do processo produtivo. Com esta ferramenta, passa a ser possível identificar os pontos fortes e fracos da organização com relação ao meio ambiente.

As primeiras auditorias ambientais aconteceram na década de 1970 nos EUA. São processos sistematizados de verificação e documentação do desempenho ambiental de uma organização, com relação a um objetivo predefinido em conformidade com requisitos especificados. O processo de sistematização da realização de auditorias pressupõe: definição do escopo, objetivos, frequência, metodologia, cronograma, e pessoas responsáveis (SEIFFERT, 2007, p.209-210).

Para a Resolução do CONAMA 306/2002, uma auditoria é:

Um processo sistematizado e documentado de verificação, executado para obter e avaliar, de forma objetiva, evidências que determinem se atividades, eventos, sistemas de gestão e condições ambientais especificados ou as informações relacionadas a estes estão em conformidade com os critérios de auditoria estabelecidos nesta Resolução, e para comunicar os resultados desse processo (CONAMA 306/2002).

A auditoria ambiental não é uma lei, não é punitiva e não deve ser tratada como fiscalização. A diferença entre a auditoria e a fiscalização é que a fiscalização leva ou pode levar a uma punição, pois identifica infrações e é conduzida por órgãos governamentais de poder de polícia, os quais adotam a legislação ambiental como padrão de referência. As auditorias são recomendadas para organizações que já possuam ou estejam implementando Sistemas de Gerenciamento Ambiental (SGA) como o recomendado pela ISO 14001.

As auditorias do SGA são utilizadas para determinar se as atividades de gestão ambiental estão em conformidade ou não com a documentação pertinente ao sistema, incluindo manuais, procedimentos e instruções de trabalho, se estão implementadas de fato e se estão de acordo com a política da organização, o que comprova a coerência do sistema.

Campos (2009, p. 12) comenta que em casos específicos de auditoria de SGA é recomendada pela NBR ISO 19011:2002 a adoção dos seguintes objetivos:

- a) determinar a extensão da conformidade do sistema de gestão (SG) com o critério de auditoria;
- b) avaliar a capacidade do SG para assegurar a concordância com requisitos legais e contratuais;
- c) avaliar a eficácia do SG em atingir os objetivos específicos;
- d) identificar áreas para melhoria do SG.

Seiffert (2007, p. 210) explica que, em relação ao objetivo de sua realização, as auditorias ambientais podem ser classificadas como:

- a) conformidade legal: visa verificar o nível de cumprimento dos requisitos legais aplicáveis ao empreendimento;
- b) sistema de gestão ambiental: É um instrumento essencial para a verificação do nível de desempenho ambiental de um SGA e uma alternativa de monitoramento de sua conformidade com os requisitos estabelecidos pela ISO 14001;
- c) auditoria risco: mecanismos mais proativa da auditoria de conformidade, também pressupõe uma auditoria de passivos ambientais;
- d) auditoria de passivos ambientais: realizada quando uma organização amplia suas instalações ou adquire outro empreendimento, onde visa detectar a existência e a extensão de contaminação de solo e lençóis freáticos.

Quanto à execução, as auditorias são classificadas em duas categorias: auditoria interna e auditoria externa.

As auditorias internas ou de primeira parte são realizadas pela própria organização para monitorar o desempenho ambiental ou do seu SGA, recorrendo a recursos internos ou

recorrendo à contratação de consultores externos, para avaliar os pontos fortes e as oportunidades de melhoria com relação ao nível desejado de desempenho ambiental (SEIFFERT, 2007, p. 210).

As auditorias externas são realizadas após a realização da auditoria interna. Essa auditoria é realizada pela parte interessada no desempenho ambiental da organização, em que se torna muito frequentemente a partir da revisão da norma ISO 14001, em que a organização necessita fiscalizar mais atentamente o desempenho ambiental de seus fornecedores de produtos e serviços (SEIFFERT, 2007, p. 211).

Na auditoria ambiental, ao contrário do que ocorre com a auditoria da qualidade ou com a auditoria contábil, não é possível estabelecer critérios básicos que sejam aplicáveis a todos os setores. É necessário que a equipe de auditoria tenha capacidade técnica no objeto de auditoria, sendo que pode ser apoiada por um especialista em determinado tipo de atividade e impactos ambientais como, por exemplo, ruídos, gestão dos resíduos perigosos ou radioativos (LA ROVERE, 2001, p. 31).

La Rovere *et al.* (2001, p. 13) afirmam que o objetivo da auditoria é:

A certificação de conformidade de um produto, processo ou serviço com uma norma ou outro documento normativo, habitualmente faz-se uso da Resolução do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – CONMETRO nº 08/92, para classificá-la.

Na auditoria de conformidade legal, os itens de verificação são restritos, a fim de atender aos requisitos efetivamente fiscalizados pelo órgão de controle ambiental. Como a auditoria ambiental significa um processo complexo e sistematizado de monitoramento de seu desempenho. Esta deve ser realizada periodicamente para facilitar o processo (SEIFFERT, 2007, p. 213).

1.6 Responsabilidade Social Ambiental

O termo Responsabilidade Social é descrito por autores de diferentes campos do conhecimento, principalmente nas ciências sociais, como nas áreas de economia, administração e *marketing*, fazendo interpretações particulares em relação à sua área de atuação (REIS, 2009).

A primeira definição da responsabilidade social partiu da compreensão filosófica das

palavras em questão responsabilidade e social, embora separadas. Responsabilidade “é a expressão moral da personalidade consciente e livre. O indivíduo deve assumir os seus atos, reconhecendo-se como autor deles, sejam positivos ou negativos” (VIDIGAL *apud* REIS, 2009, p. 9).

O termo responsabilidade social é a “responsabilidade daquele que é chamado a responder pelos atos à sociedade ou à opinião pública” (ASHLEY, 2002, p. 6).

No Brasil, o reconhecimento da função social das empresas culminou com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE) na década de 1970, aliada ao enfraquecimento do estado do Bem Estar Social, iniciando a responsabilidade social aos dirigentes das empresas e promover o debate sobre balanço social.

A questão passava necessariamente pela dinâmica da responsabilidade social, sendo a tônica de seminários, congressos, palestras e colóquios. O pioneirismo da ADCE-Brasil em promover atividades sobre a responsabilidade social das empresas marca, de forma contundente, a relevância de pensar a dinâmica social da empresa com mais intensidade no Brasil. Dessa maneira, o valor social, aqui entendido como valor que representa o compromisso social da empresa, deve ser encarado como assunto imprescindível nas agendas das empresas, possibilitando, talvez, um avanço em busca de uma consciência do empresariado em relação a suas responsabilidades sociais (ASHLEY, 2002, p. 73).

As empresas podem, por meio de acordos voluntários, comprometerem-se a realizar algum tipo de ação para melhorar seu desempenho ambiental e sua atuação responsável perante a sociedade.

A partir da década de 1990 temas como ética e moral nas empresas, centraram para discussões contribuindo para a conceituação de responsabilidade social.

A França foi o primeiro país do mundo a ter uma lei que obriga as empresas que tenham mais de 300 funcionários a elaborar e publicar o Balanço Social. Seu objetivo principal prende-se a informar ao pessoal o clima social na empresa, a evolução do efetivo; em suma, estabelecer as performances da empresa no domínio social. Este balanço, segundo o autor, é bastante paternalista, pois exclui os fatos econômicos dos fatos sociais (TINOCO, 2001, p. 39).

Reis e Medeiros (2009, p. 58) citam que os primeiros relatórios de um Balanço Social foram elaborados no término dos anos 1980, onde foi elaborado um modelo pela Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES). Nos anos 1990, algumas empresas passaram a incrementar a elaboração e a divulgação sistemática de Balanços e Relatórios sociais com ações realizadas, com relação à comunidade, ao meio ambiente e aos seus próprios funcionários, apresentando informações sociais relativas a gastos com seguridade e o bem estar social, o nível de remuneração e emprego e políticas de formação profissional.

Em 1998, o empresário Oded Grajew criou o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, uma organização sem fins lucrativos voltados para desenvolver práticas e políticas de responsabilidade social. O instituto Ethos possibilita às empresas associadas informações atualizadas sobre ações empresariais socialmente responsáveis; fornece apoio técnico no gerenciamento de seus negócios; promove eventos ou estimula a participação em outros promovidos por terceiros para a troca de experiências; presta apoio técnico e ações empresariais voltadas à responsabilidade social (MULLER *apud* ESTIGARA, 2009, p. 38).

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial foi lançado no Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável em 1998, na Holanda. Segundo Reis (2007, p. 41):

Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Na conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), em 2001, surgiu a *Responsability Social*, onde estabeleceram obrigações e questões relativas à responsabilidade social das empresas como: obrigações para o desenvolvimento, o respeito aos direitos humanos, as obrigações sociopolíticas, a proteção do consumidor, as normas de governanças corporativas e a ética na administração. Estigara (2009) diz que os pilares da responsabilidade social resumem-se na promoção do desenvolvimento, o respeito aos direitos humanos, a proteção dos consumidores e o do meio ambiente, a ética na administração através da governança corporativa, a democracia e participação sociopolítica.

Para Estigara (2009), o conceito de Responsabilidade Social é:

A postura da empresa, norteadas por ações que contribuem para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, realizadas em decorrência da atenção proporcionada aos interesses das partes com as quais interagem (*stakeholders*), como acionistas, funcionários, prestadores de serviços, consumidores, comunidade, governo, a fim de, por meio de sua atividade, satisfazê-los (ESTIGARA, 2009, p.11).

Para que a Responsabilidade Social da empresa não seja mecanismo de *marketing*, para fora da empresa, alguns mecanismos vêm sendo criados para mensurar a amplitude e a intensidade das ações de responsabilidade social. Um desses mecanismos é o Balanço Social, que permite cotejar o comportamento empresarial, e certificar se o mesmo se apresenta para o contexto da Responsabilidade Social (ESTIGARA, 2009).

Para o Balanço social constitui um marco à publicidade de dados que evidenciam a responsabilidade social, impedindo atitudes voltadas única e exclusivamente ao *marketing* empresarial, não obstante, é claro, este tenha também seus méritos no sentido de promover a responsabilidade social (ESTIGARA, 2009, p. 27).

O balanço social funciona como uma contabilidade para demonstrar o grau de envolvimento da empresa em relação à sociedade. Esse documento em termos de responsabilidade social é publicado anualmente para demonstrar as atividades desenvolvidas pela empresa.

Os investimentos socialmente responsáveis (SRI), conforme informações no *site* da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), sustenta que empresas sustentáveis geram valores para acionistas em longo prazo, pois estão mais preparadas para enfrentar riscos sociais e ambientais.

O Índice de Sustentabilidade Empresarial da BOVESPA (ISE) foi criado em dezembro de 2005, a partir de esforços da BOVESPA, com base na metodologia desenvolvida pela Fundação Getúlio Vargas, em conjunto com o Instituto Ethos e o Ministério do Meio Ambiente, que procurou refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com os melhores desempenhos em termos econômicos, sociais e ambientais, bem como a governança corporativa (DIAS, 2012).

O índice de sustentabilidade empresarial tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também como promotora das boas práticas no meio empresarial brasileiro³.

Em 2006, foi elaborado a Norma Brasileira Contábil (NBC), n. 15 de 1º /1/2006, com parâmetros para a confecção do Balanço Social, nos termos de sua redação e da Resolução Federal de contabilidade n. 1003, de 19/8/2004.

Na norma preconiza-se que todos os dados e informações de natureza social, devem ser considerados, sendo extraídos ou não da contabilidade. Todos os dados relativos aos recursos humanos, interação com a comunidade externa, interação com o meio ambiente e tornar públicas as informações relacionados à geração e distribuição de riquezas, gastos com recursos humanos, ações trabalhistas para demonstrar a interação social, conforme apresenta os indicadores do Instituto ETHOS (2011).

As empresas que buscam oportunidades através de ações proativas⁴ e socialmente responsáveis pela consciência sobre as questões sociais e ambientais, têm sido uma

³ Índice de Sustentabilidade Empresarial. Disponível em [HTTP://www.bovespa.com.br/dpf/Indices/ResumoISENovo.pdf](http://www.bovespa.com.br/dpf/Indices/ResumoISENovo.pdf). Acesso em 15 ago. 2011.

⁴ Ações proativas são habilidades de prever uma situação. É agir antes de ela acontecer (Dicionário Informal-disponível em <http://www.dicionarioinformal.com.br/proativo>).

diferenciação na oferta de seus produtos diante dos consumidores, fornecedores e aos demais *stakeholders*.

A relação de proximidade entre a empresa e sociedade, demonstra que o envolvimento, e o estabelecimento de metas empresariais podem ser compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A responsabilidade social é um modelo de gestão que se baseia na ética e no respeito ao ser humano. Os direitos dos trabalhadores merecem respeito do empregador, sendo que além de cumpri-los, deve se integrar nas estratégias de gestão (ETHOS, 2003).

O Instituto Ethos desenvolveu alguns indicadores de responsabilidade social empresarial para que se possam avaliar e referenciar os compromissos e práticas sociais das empresas. Considerando as múltiplas dimensões do papel social da empresa, o diagnóstico abrange sete temas (Instituto ETHOS, 2011).

- a) **Valores e transparência:** Valores e princípios éticos que formam a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social;
- b) **Público Interno:** A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT), ainda que isso seja um pressuposto indispensável. Ela deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento das relações entre o empresário, o empregado e os demais envolvidos;
- c) **Meio Ambiente:** A empresa relaciona-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidades. Uma empresa ambientalmente responsável procura minimizar os impactos negativos e ampliar os positivos;
- d) **Fornecedores:** A empresa socialmente compromissada envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria, demonstrando consciência de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores e atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência;

- e) **Consumidores:** A responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral;
- f) **Comunidade:** A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infraestrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios. O respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais;
- g) **Governo e Sociedade:** A empresa deve relacionar-se de forma ética e responsável com os poderes públicos, cumprindo as leis e mantendo interações dinâmicas com seus representantes, visando à constante melhoria das condições sociais e políticas do país.

“O relacionamento da organização com os poderes públicos, deve ser de forma ética e responsável através do cumprimento de leis e da interação com seus representantes, objetivando melhoria das condições sociais e políticas do país. (REIS e MEDEIROS, 2009, p. 109)”.

Na categoria Governo e Sociedade destacam-se a relação das organizações com o Governo e a Sociedade, a divulgação dos seus valores e informações, a transparência nas ações desenvolvidas, a divulgação da missão da instituição, a preocupação com as práticas anticorrupção e a participação efetiva em projetos sociais, no desenvolvimento da comunidade local e no incentivo aos trabalhos voluntários dos empregados.

Na categoria Fornecedores são observados os critérios de seleção de fornecedores, a relação com os trabalhadores terceirizados, o apoio ao desenvolvimento de fornecedores e o tipo de parceria estabelecida entre eles e a empresa.

A empresa deve estabelecer com os fornecedores o grau de comprometimento com a responsabilidade social. O primeiro passo para reforçar esse compromisso é estabelecer critérios de seleção de fornecedores (ETHOS, 2006).

Os aspectos qualitativos descrevem sua natureza e perfil, evidenciando o tipo de fornecedor, tais como grandes, médias ou pequenas empresas, grupos comunitários locais,

cooperativas, associações de bairro, projetos de geração de renda (REIS E MEDEIROS, 2009).

Dias (2012) comenta que as organizações que proporcionam produtos ou serviços a consumidores e clientes deveriam utilizar processos de marketing e contratação justos, transparentes e úteis, estabelecendo mecanismos adequados para os serviços de pós-venda, proteger a privacidade dos dados dos consumidores e garantir o acesso aos serviços essenciais sobre seus produtos e serviços.

“[...] As práticas trabalhistas de uma organização compreendem todas as políticas e práticas relacionadas com o trabalho que realiza dentro e em nome da organização (DIAS, 2012, p. 136)”.

Na categoria de Público interno, registra-se a preocupação com os funcionários administrativos e professores da instituição, primeiro pela gestão participativa, com participação dos empregados nos lucros ou resultados da empresa, mantendo uma boa relação com os sindicatos.

Para que tenha compromisso com o desempenho social quanto à educação e o treinamento, segundo Reis e Medeiros (2009, p. 106),

Os indicadores de desempenho social expressam o compromisso da organização com o desenvolvimento profissional de seus empregados, considerando a existência de programas sistemáticos de desenvolvimento e capacitação profissional e a oferta de estudos, salientando critérios para a sua concessão.

Para Dias (2012), a organização deve considerar o enfoque do ciclo de vida, a avaliação do impacto ambiental, a estratégia de produção limpa, o enfoque do sistema produto-serviço, e a utilização de tecnologias e práticas ambientalmente amigáveis e a implementação de uma política de compras sustentáveis.

Para Reis e Medeiros (2009), existem outros indicadores importantes relacionados à utilização de recursos, resultados de reciclagem de materiais e recursos naturais, como a substituição e o uso de materiais reciclados, o consumo de energia, água e matéria prima, para aumentar a eficiência, para a utilização de energia renovável e diminuição do consumo geral, mostrando uma atitude de conservação.

O investimento ecológico deve ser visto como uma oportunidade de gerar novos negócios, novos nichos de mercado e posicionar-se em um segmento ou setor dando visibilidade maior a organização.

Tendo em vista os novos valores, as empresas buscam participar mais diretamente das ações comunitárias através da responsabilidade social e ambiental, envolvendo-se através

de contribuições para o meio ambiente, diminuindo possíveis danos decorrentes das atividades exercidas pela organização.

Contudo, atuar na sociedade e gerar um sistema de gestão ambiental não faz com que a empresa torne-se socialmente responsável. As empresas devem preocupar-se primeiramente com os colaboradores organizacionais.

O modelo de Porter e Kramer (2006) propõe a necessidade de avaliar as organizações no contexto competitivo para classificá-las em relação a três elementos: questões genéricas; impactos sociais de cadeia de valor e dimensões sociais do contexto competitivo. As questões genéricas são importantes para a sociedade, mas não são significativamente afetadas pelas operações da empresa nem influenciam sua competitividade em longo prazo. Os impactos sociais de cadeia de valor são questões que são significativamente afetadas pelas atividades da empresa no curso normal das operações. As dimensões sociais do contexto competitivo são fatores do ambiente externo que afetam a competitividade da empresa nos locais onde opera (ALIGLERI *et al.*, 2009, p. 13).

Porter e Kramer (2006) afirmam que as abordagens dominantes de responsabilidade social são muito fragmentadas e desvinculadas do negócio da empresa. Segundo estes autores:

As organizações podem prejudicar a si mesmas ao se dedicarem a tarefas que estão além de sua competência especializada, dos seus valores especializados, das suas funções especializadas [...] as causas são certamente boas e exigem ação. Mas a ação necessária - ou pelo menos a ação escolhida por essas várias organizações estavam - além do foco e da função delas e totalmente fora da sua competência (ALIGLERI *et al.* 2009 p. 12).

Savitz (2007) afirma que a responsabilidade socioambiental pode ser conceituada como “[...] aquela que gera lucro para o acionista, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a qualidade de vida das pessoas com que mantém relações”.

Para Moretti (2003, p. 8):

Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relacionam e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (MORETTI, 2003, p. 8).

A responsabilidade socioambiental é uma temática cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impactos nos objetivos, estratégias e no próprio significado das empresas. As transformações socioeconômicas dos últimos anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro.

1.7 Marketing Social

Para que se possa desenvolver um *marketing* social é importante definir o conceito de *marketing*. Segundo Kotler (1998, p. 27) *marketing* é “[...] um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com os outros”. Observa-se que as interações do *marketing* são, efetivamente, realizadas com a sociedade e o *marketing* pessoal não foge desse conceito, pois, se alguém busca resultados, estes chegarão por meio de um benefício realizado a um terceiro.

Kotler e Armstrong (1998, p. 3) comentam que *marketing* é “[...] o processo social e gerencial através do quais indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e de que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns com os outros”.

Uma interpretação mais recente identifica o *marketing* social como sendo uma metodologia inovadora, capaz de fazer evoluir o modo de lidar com ideias, atitudes, conceitos, ações, comportamentos e/ou práticas, visando promover transformações sociais específicas.

A preocupação social e a preocupação organizacional através dos trabalhadores fazem com a empresa trabalhe com duas estratégias: a Gestão de Responsabilidade Social Interna (GRSI), e a Gestão de Responsabilidade Social Externa (GRSE).

A GRSI tem como principal objetivo trabalhar o público interno da empresa podendo se estender a empresas parceiras da organização e fornecedores.

Segundo Cobra (1997), para que tenha sucesso na GRSI, é necessário que a organização inclua em sua política algumas ações, tais como cuidar da qualidade de vida do empregado, cuidar das condições básicas de saúde e moradia do empregado, implantar um plano de cargos e salários, investir na qualificação dos empregados.

A partir do desenvolvimento das GRSI a organização poderá realizar ações com a sociedade onde está atuando, passando a exercer a GRSE. Através de um *marketing* social, visando maior retorno de imagem e maior retorno publicitário, como afirma Angelim (2005).

A empresa poderá implantar estas ações em GRSE através de prestação de serviços voluntários para a comunidade, pelos empregados da organização; implantação de um sistema de gerenciamento ambiental; implantação de projetos sociais criados pela própria empresa.

1.8 A Gestão Socioambiental como Estratégia de Competitividade

Para Tachizawa (2010, p. 331), “[...] A gestão de negócios sem consciência ambiental provocará perda de oportunidades em mercados em rápido crescimento”. Um modelo de gestão ambiental e de responsabilidade social depende de mediação, informação e análise. A mediação precisa ser decorrência das estratégias corporativas da organização abrangendo os principais processos, bem como os resultados.

Para Tachizawa (2010), as informações necessárias para a avaliação e a melhoria do desempenho incluem, entre outras, as relações com o processo produtivo, o desempenho de produtos, o mercado, as comparações com a concorrência como o *benchmarking*, ou referências de excelência, os fornecedores, os colaboradores e os aspectos econômico-financeiros.

Por estratégia pode-se entender o estabelecimento de objetivos e ações que alcancem efeitos no ambiente de negócio em que a empresa atua ou pretende atuar, colocando-a numa posição de vantagem. As ações de uma empresa para atender a uma nova legislação do tipo comando e controle, mesmo referindo-se a uma mudança no seu ambiente de negócio, não podem ser consideradas estratégicas, pois não trazem vantagens específicas para a empresa no seu ambiente de negócio, uma vez que todas estarão igualmente obrigadas a atender à mesma legislação. Seguindo esse raciocínio, a redução de custo proporcionada pela prevenção da poluição só vai gerar vantagens competitivas para a empresa se os consumidores foram sensíveis aos preços e melhorar sua capacidade de atrair investidores. (BARBIERI, 2004, p. 116).

O posicionamento estratégico significa desempenhar atividades diferentes dos seus concorrentes, de modo diferente. Para Porter *apud* Barbieri(2007, p.127) estratégia competitiva é a busca de diferenças que proporcionem um *mix* único de valores aos clientes.

Estratégia é definida, por Mintzberg *et al.* (2006), como:

O padrão ou plano que integra as principais metas, políticas e sequências de ação da organização em um todo coeso. Uma estratégia bem-formulada ajuda a organizar e alocar os recursos de uma organização em uma postura única e viável, baseada em suas competências e deficiências internas relativas, mudanças antecipadas no ambiente e movimentos contingentes por parte dos oponentes inteligentes (MINTZBERG *et al.* 2006, p. 29).

Porter (1989, p.111) sustenta que “[...] uma empresa diferencia-se da concorrência se puder ser singular em alguma coisa valiosa para os compradores. A diferenciação é um dos dois tipos de vantagem competitiva de que uma empresa pode dispor”.

Para que a organização possa ter a vantagem competitiva deve fundamentar-se para alcançar um posicionamento estratégico. A questão ambiental pode proporcionar valores aos

componentes do ambiente de negócio da empresa que os diferenciem dos seus concorrentes.

A empresa que se antecipa no atendimento de novas demandas por meio de ações legítimas e verdadeiras acaba criando um importante diferencial estratégico. É importante ressaltar as palavras legítimas e verdadeiras, pois são frequentes os casos de empresas que usam o prestígio que as questões ambientais adquiriram nas últimas décadas perante as populações de muitos países para obter benefícios sem dar uma contribuição efetiva para reduzir os problemas ambientais. As expressões lavagem verde e maquiagem verde referem-se às práticas das empresas de se apropriarem do discurso ambiental indevidamente (BARBIERI, 2004, p. 116).

As estratégias competitivas relacionadas à reputação ganham uma dimensão nova para as empresas, sendo responsáveis por um avanço rápido e significativo da tecnologia ambiental e das metodologias de relações comunitárias. Aligleri *et al.* (2009) comentam que a relação entre organização e ambiente reflete no desenvolvimento de estratégias até pouco tempo atrás desnecessárias e negligenciadas.

Porter e Kramer (2006), no entanto, consideram que as empresas têm executado atividades com objetivos de minimizar impactos ambientais e sociais de suas atividades, porém isto não é tão utilizado como poderia ser, por dois motivos: primeiro por uma postura divergente entre interesses da empresa e da sociedade, sendo que estas são interdependentes e poderiam obter maior eficiência produtiva se houvesse convergência de posturas em relação à questão ambiental. O segundo motivo é que devido às empresas levarem a responsabilidade social empresarial de maneira distinta de sua estratégia, ou seja, não havendo relação entre a estratégia do negócio e a prática da responsabilidade social empresarial (RSE).

Para Barbieri (2007), a questão ambiental pode ser abordada pelas empresas enquanto uma questão estratégica, pela busca de condição vantajosa no negócio a partir da perspectiva da prevenção ambiental, com práticas de controle e preservação como forma de criar oportunidades de mercado e prevenir ameaças ambientais que ocorrem ou podem vir a ocorrer futuramente.

A postura socialmente correta em que a empresa busca para ser ambientalmente sustentável e economicamente viáveis está cada vez mais presente nas temáticas de Gestão Empresarial, tornando-se uma estratégia competitiva da empresa.

A imagem ética e socialmente responsável é um fator estratégico de competitividade moderna, sendo que é importante as empresas articularem-se melhor com seus *stakeholders*, criando novas maneiras de gerir dentro e fora da empresa e entre diferentes funções e atividades.

Segundo Nascimento *et al.* (2008, p. 18) Gestão Socioambiental Estratégica de uma organização consiste:

Na inserção da variável socioambiental ao longo de todo o processo gerencial de planejar, organizar, dirigir e controlar, utilizando-se das funções que compõem esse processo gerencial, bem como das interações que ocorrem nos ecossistemas do mercado, visando a atingir seus objetivos e metas da forma mais sustentável possível.

As estratégias empresariais devem estar alinhadas com as exigências e assuntos atuais do mercado, sendo notável pelas companhias adotarem em suas práticas ações voltadas para a cidadania, ética e meio ambiente (ASHLEY *et al.*, 2000 apud ASHLEY 2006).

Para Cruz (2009), as corporações ao assumirem uma postura estratégica, tomam como foco a responsabilidade social evidenciando a imagem e a reputação. Mediante a este cenário, o autor conclui a importância da imagem, reputação e o balanço social na ação estratégica.

A Responsabilidade Social Corporativa apontada por muitos estudos e autores como um método de obter confiabilidade dos clientes e dos empregados e um entrosamento para que a empresa possa alavancar as suas vendas, sendo percebida como uma ferramenta estratégica de investimento (GUEDES *et al.*, 2009).

As organizações que realizam ações que levam em consideração as questões ambientais e sociais podem favorecer no posicionamento em um determinado nicho e também a sua marca (CRUZ, 2009).

A mídia vem abordando a importância de se estabelecer um pacto que reúna ações ambientais entre todos os países. Para Guedes *et al.* (2009), este acontecimento pode ter uma relação na associação da Responsabilidade Social Corporativa ao cuidado e preservação do meio ambiente.

O balanço social é uma ferramenta de gestão que utiliza a responsabilidade social para demonstrar a postura da empresa perante a sociedade, meio-ambiente, público interno e a coerência ética das operações para seus *stakeholders*, bem como onde foram realizados seus investimentos sociais e ambientais (INSTITUTO ETHOS, 2011).

Ribeiro e Lisboa (1999) *apud* Regio (2006) sustentam que “O balanço social não deve ser obrigatório por lei, mas sim por princípios morais e éticos, de respeito e de responsabilidade”.

A transparência dos processos financeiros internos tem uma relação direta com a responsabilidade social. O mercado brasileiro confirma esta questão ao criar o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) em que aglomera empresas socialmente responsáveis que possuem ações na bolsa de valores, a BOVESPA (2011) evidencia que essas empresas geram

valor ao acionista no longo prazo, pois estão preparadas para enfrentar os riscos econômicos, sociais e ambientais.

Para conduzir uma empresa ao sucesso se faz necessário a participação de todos os colaboradores, pois a cúpula da empresa já tem uma responsabilidade que é tomar decisões estratégicas com eficácia para atingir os objetivos pretendidos, pois o mercado está cada vez mais competitivo e em evolução. As empresas para sobreviverem precisam da participação de todos os envolvidos no seu processo de implementação de estratégias.

1.9 Certificação ISO 26000 – Responsabilidade Social

A norma de Responsabilidade Social (RS) ISO 26000 consolida um processo de evolução de intervenção da sociedade nas organizações empresariais. A norma internacional na série ISO 9000 visa à preocupação com a qualidade dos produtos, a questão da relação da empresa com o meio ambiente através da norma internacional ISO 14000, e a ISO 26000 completa o tripé da sustentabilidade com a inclusão de aspectos sociais na cadeia de valor da empresa (DIAS, 2012).

O objetivo da norma é tornar compreensível o conceito de Responsabilidade Social e como está relacionada com os diferentes tipos de organizações, incluindo as pequenas e médias empresas (DIAS, 2012, p. 2012).

Na elaboração da norma são levadas em consideração as diferenças culturais, sociais, ambientais, legais e de desenvolvimento econômico, sendo possível ser aplicado pelas organizações, independente de seu tipo, tamanho, sendo elaborada de forma clara e prática, porém não deve ser utilizada ou funcionar como uma barreira comercial (DIAS, 2012).

Diversos grupos de interesse contribuem na elaboração da norma, entre eles: consumidores, governos, empresas, trabalhadores, ONGs e entidades de prestação de serviços.

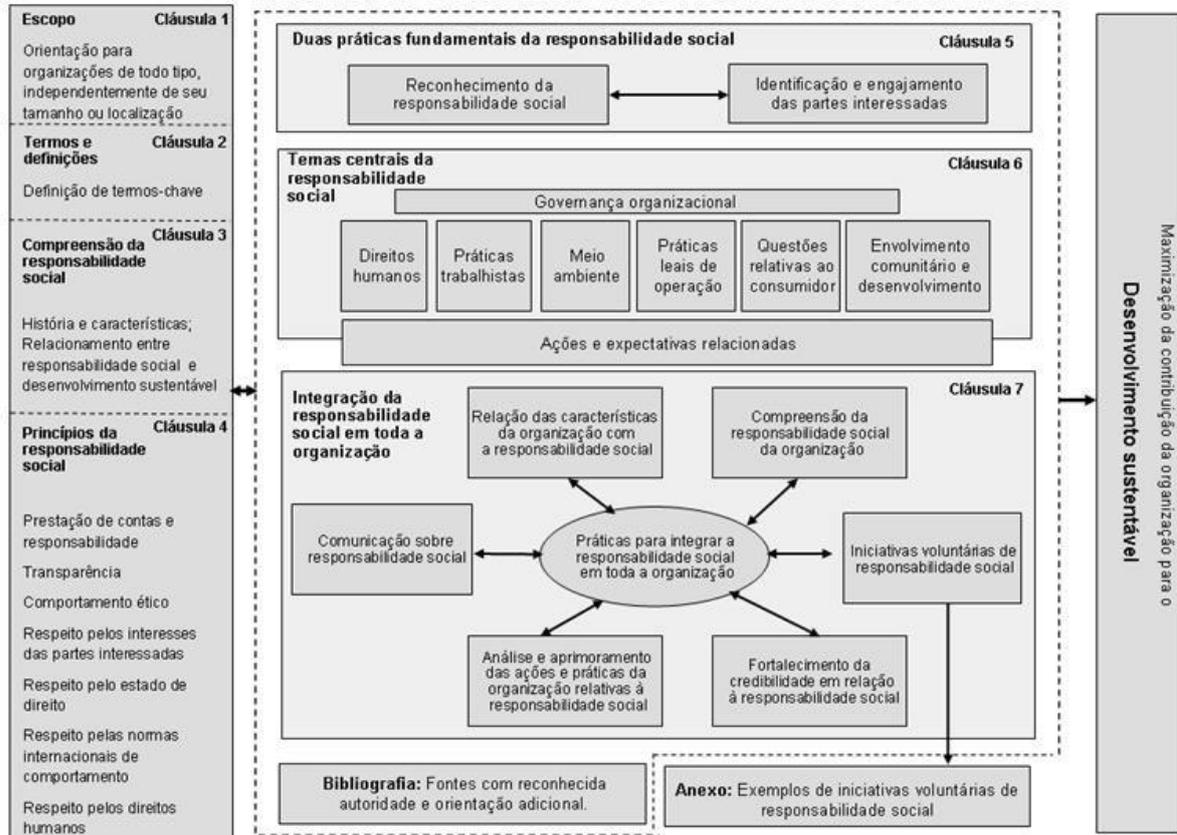
As organizações que desejam obter a certificação socioambiental em seus processos precisam considerar responsáveis pelos danos que suas decisões e atividades possam causar a sociedade e ao meio ambiente. Sendo que um comportamento ético e transparente venha a colaborar com o desenvolvimento sustentável. As partes interessadas precisam estar em conformidade com as leis aplicáveis, com as normas internacionais de comportamento integrado em toda a organização e que seja aplicado em suas relações.

A norma da Responsabilidade Social pode ser aplicada nas organizações a respeito dos impactos potenciais e reais das decisões e atividades da organização. Sugere-se que a mesma seja parte integrante da principal estratégia organizacional, com responsabilidade e prestação de contas designadas em todos os níveis apropriados da organização, que esteja refletida nos processos decisórios e seja levada em consideração na implementação.

A filantropia no contexto da Responsabilidade Social deve ser entendida como doações e causas beneficentes, gerando um impacto positivo na sociedade, mas recomenda-se que não seja usado para substituir o enfrentamento de impactos negativos de suas decisões ou atividades.

Na norma de certificação ISO 26000 apresenta sete princípios de responsabilidade social, sendo importante analisar seus desdobramentos na gestão organizacional, para melhor compreensão. Os sete princípios são: Prestação de contas e responsabilidade; transparência; comportamento ético; respeito pelos interesses dos *stakeholders*; respeito pelo estado de direito; respeito pelas normas internacionais de comportamento; respeito pelos direitos humanos; conforme apresenta na figura 4.

Figura 4 – Visão geral da ISO 26000.



Fonte: ISO 26000 (2010).

O primeiro princípio da Responsabilidade Social na gestão organizacional apresentado na figura 4, é o da prestação de contas e Responsabilidade, sendo que se faz necessário que a organização preste contas e se responsabilize por seus impactos na sociedade e no meio ambiente. Ser responsável causa impactos positivos tanto na organização como na sociedade. O grau de responsabilidade poderá variar, mas recomenda-se que sempre corresponda ao grau de extensão e de autoridade.

O segundo princípio é o da transparência, onde a norma ISO 26000, recomenda que a organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente. As informações devem estar disponíveis e serem diretamente acessíveis, assim como serem compreensíveis para aqueles que tenham sido ou possam vir a ser afetados de modo significativo pela organização.

O terceiro princípio é o do comportamento ético, sendo baseado na ética da honestidade, equidade e integridade. A ética implica na preocupação com as pessoas, animais e meio ambiente, bem como o compromisso de cuidar dos interesses das partes interessadas.

O quarto princípio é o respeito pelos interesses das partes interessadas, onde a organização deve respeitar considerar e responder aos interesses de suas partes interessadas. Apesar de que os objetivos da organização podem se limitar aos interesses de seus respectivos proprietários, conselheiros, clientes ou associados, outros indivíduos ou grupos poderão ter direitos, reivindicações ou interesses específicos que deveriam ser levados em conta. Coletivamente esses indivíduos ou grupos compreendem as partes interessadas da organização.

O quinto princípio é o respeito pelo estado de direito, sendo que ele é obrigatório. Como ponto de partida, para ser socialmente responsável, uma organização deve cumprir com a normatização vigente aplicável.

O sexto princípio é o respeito por normas internacionais de comportamento, onde a organização deve respeitar as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito ao estado de direito. Deve adotar as prescrições dos tratados e outros acordos internacionais relacionados com a responsabilidade social.

O sétimo princípio é o respeito aos direitos humanos, pois a organização deve respeitar os direitos humanos e reconhecer tanto a sua importância com sua universalidade, devendo cuidar para que as atividades da organização não os prejudiquem direta ou indiretamente, incluindo os direitos civis e políticos, como os econômicos, sociais e culturais.

As empresas estão buscando a norma internacional da série ISO 26000, para terem maior credibilidade com a sociedade, uma vez que a depreciação ambiental está aumentando e com isso toda a sociedade poderá sofrer as consequências. A norma pode ser aplicada em qualquer empresa, independente do tamanho ou localidade, e está recente no Brasil e ainda pouco conhecida pelas empresas, contudo reflete nas mudanças que vão ocorrendo no país.

CAPÍTULO II - METODOLOGIA DE PESQUISA

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para realização do estudo compreendendo a abordagem adotada, o delineamento da pesquisa com as etapas do roteiro da pesquisa e o protocolo da pesquisa. Além disso, são apresentadas as técnicas de coleta, análise e tratamento dos dados e, por último, os critérios de inclusão e exclusão, riscos e benefícios para os sujeitos participantes da pesquisa.

2.1 Abordagem de Pesquisa

A escolha da abordagem de pesquisa foi o estudo de caso único, com o propósito descritivo e exploratório com evidências através da abordagem qualitativo e quantitativo.

Para Gil (1999, p. 27), o método pode ser definido como “[...] caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento”.

Propõe-se o método escolhido de estudo de caso único como estratégia de pesquisa porque, segundo Yin (2005, p. 36), o estudo de caso representa uma maneira de investigar um tópico empírico, seguindo-se um conjunto de procedimentos pré-estabelecidos.

Um estudo de caso é “[...] uma investigação empírica que estuda um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN 2005, p. 36).

Justifica-se a escolha do estudo de caso para que se possa ter um envolvimento mais aprofundado da pesquisadora em relação aos fenômenos estudados, ou seja, no caso específico desta dissertação, os processos de gestão ambiental e de responsabilidade social de uma organização adotada como objeto de estudo.

2.2 O Objeto da Pesquisa

Como objeto de estudo, a pesquisa adotou a empresa Caramuru Alimentos S/A, município de Itumbiara, no estado de Goiás, para realizar esta pesquisa, em virtude de representar um objeto de estudo suficientemente rico para coleta de evidências necessárias para responder às questões da pesquisa, levantadas na introdução deste trabalho.

O objeto do estudo foi dirigido à gestão socioambiental no ambiente interno, concentrado nas áreas da administração e industrial de uma organização da indústria de alimentos, considerando os balanços sociais referentes aos anos de 2010 e 2011 e aos empregados efetivamente contratados.

Na caracterização da empresa foi possível confirmar que esta é familiar com formação do capital e 100% nacional. A quantidade de funcionários no mês de Julho de 2012 era de 2.500 colaboradores em todas as unidades, sendo que no município de Itumbiara, no estado de Goiás, eram em média 1500 colaboradores.

A empresa pesquisada é a principal empresa brasileira de capital nacional no processamento de soja, milho, girassol e canola. Foi fundada em 1964, na cidade de Maringá-PR, abrindo filiais e aumentando a sua importância no setor moageiro. No ramo de industrialização de milho, em 1975 teve a abertura da unidade industrial em Itumbiara.

Em 1986 a empresa instalou a unidade de óleos vegetais em Itumbiara, com capacidade para processar 1.000 toneladas de soja por dia. No ano de 2012 a capacidade era de 1.700 toneladas por dia. A empresa atua no mercado brasileiro com linhas de produtos à base de soja, atendendo consumidores de vários estados.

A fábrica de São Simão está voltada para a produção de farelo de soja. É a pioneira na região em capacidade de cogeração de energia, que fica às margens do Rio Paranaíba, com capacidade de processamento de 1.800 toneladas por dia de soja, 500 toneladas por mês de lecitina de soja e 2.100 KW de geração de energia por hora, sendo que a sua produção de farelo é distribuída diretamente de São Simão, através da Hidrovia Paranaíba – Tietê – Paraná para diversos países Europeus e Asiáticos. A produção de óleo bruto produzido na fábrica de São Simão é encaminhada para o município de Itumbiara para ser refinado.

O grupo tem capacidade anual para processar 1 milhão e 230 mil toneladas de soja, 677 toneladas de milho e refinar 230 mil toneladas de óleos de soja, milho, girassol e canola e produzir 450 milhões de litros de biodiesel.

Em 2010 foi implantada a segunda unidade de produção de biodiesel, no município de Ipameri, com capacidade de 225 milhões de litros anuais. A capacidade de produção de biodiesel da empresa, a partir de óleos vegetais, principalmente soja, totaliza 450 milhões de litros por ano, gerando mais de 150 empregos diretos.

A unidade de biodiesel da empresa promove a substituição de combustíveis fósseis, derivados do petróleo, por fontes de energia limpas e renováveis. No ano de 2011, o grupo ampliou suas operações de soja, arrendando em Sorriso no Mato Grosso, uma unidade industrial de extração de soja, com capacidade de 1.000 toneladas por dia de esmagamento de soja e 200 toneladas por dia de óleo de soja.

Segundo o relatório de sustentabilidade (2011), a empresa obteve um faturamento de R\$ 2,2 bilhões, com exportação na casa dos US\$ 572 milhões. A previsão é que no ano de 2012 o faturamento seja de R\$ 2,5 bilhões e com exportações no valor de US\$ 728 milhões.

No ano de 2011 a empresa obteve a participação no processamento de soja de 3,5% em nível nacional é de 22% no estado de Goiás, sendo que ocupa uma participação de 8% em nível nacional no processamento de óleo refinado e de 12% na moagem de milho.

Para que a empresa possa produzir, ela possui as unidades armazenadoras que totalizam 74 armazéns, os quais, segundo o relatório de sustentabilidade de 2011, estão presentes nos estados de Goiás, Mato Grosso, São Paulo e Paraná.

Para construir uma empresa humana, ética e independente, que estimule o desenvolvimento das pessoas, a empresa precisa possuir os princípios éticos e valores que guiam a empresa pesquisada, para nortear e balizar o comportamento dos acionistas, conselheiros, diretores, lideranças e colaboradores para o exercício e realização da visão empresarial, missão, valores, estratégias e objetivos empresariais.

A missão da empresa é fornecer alimentos, insumos, biocombustível e serviços com qualidade, atendendo as necessidades de clientes e consumidores, gerando valores à sociedade, fornecedores, colaboradores e acionistas.

A empresa busca ser um grupo reconhecido, conforme disponível no site oficial através da sua visão até 2018:

- Atender clientes e consumidores com produtos e serviços de qualidade;
- Operar *commodities* diferentes;
- Gerar valor em produtos de consumo com marca forte;
- Ter logística forte;

- Investir na capacitação contínua de seus colaboradores e fornecer desafios para o seu desenvolvimento;
- Atuar nacionalmente e internacionalmente;
- Utilizar processos de gestão e produção com tecnologia atualizada;
- Manter consistente histórico de rentabilidade e de crescimento;
- Atuar a partir de princípios de sustentabilidade social e ambiental (www.caramuru.com).

Os valores da empresa são:

- Ética;
- Confiança e respeito mútuo;
- Simplicidade e transparência no relacionamento;
- Valorização e desenvolvimento de colaboradores;
- Disciplina e profissionalismo;
- Ousadia e Pioneirismo; Perseverança; Integridade;
- Respeito ao meio ambiente (www.caramuru.com).

Segundo informações no relatório de sustentabilidade (2011) da empresa, os diretores executivos são representantes legais e são representantes pela execução estratégica de negócios definida pelo conselho de administração, pela elaboração de planos e projetos e pelo desempenho operacional e financeiro da empresa.

2.3 Delimitação da Pesquisa

O local do estudo será delimitado ao município brasileiro de Itumbiara, localizado ao sul do estado de Goiás, na divisa com o estado de Minas Gerais. Sua população estimada em 2010 pelo IBGE foi de 92.942 habitantes, ocupando o 11º lugar entre os municípios mais populosos do estado de Goiás. O município é um portal de entrada em Goiás, um dos mais competitivos, classificando-se entre os três maiores exportadores de Goiás no primeiro trimestre de 2010.

Itumbiara destaca-se no avanço do segmento industrial, contando atualmente com várias indústrias instaladas no município. Segundo o *site* da Secretaria da Fazenda do estado de Goiás, no período de vigência do ano de 2011, com base no ano de 2009, o município de Itumbiara está entre as 10 maiores arrecadadores de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) em Goiás, com uma classificação de oitavo maior em arrecadação no ano de 2010, conforme apresentado na Tabela 1:

Tabela 1 - Participação dos municípios de Goiás na arrecadação de ICMS no ano 2011

CIDADES DO ESTADO DE GOIÁS	PARTICIPAÇÃO (%) NA ARRECAÇÃO DE ICMS
GOIÂNIA	17,82%
ANÁPOLIS	7,41%
RIO VERDE	6,35%
SENADOR CANEDO	5,54%
CATALÃO	5,21%
APARECIDA DE GOIÂNIA	3,05%
JATAÍ	2,81%
ITUMBIARA	2,29%
LUZIANIA	2,03%
NIQUELANDIA	1,57%

Fonte: Secretaria da Fazenda do estado de Goiás (2011)

Na tabela 1 são apresentados os dez maiores municípios arrecadadores de ICMS em termos percentuais, no estado de Goiás em 2010. Nesta tabela pode ser visualizado que o município de Itumbiara está em oitavo lugar com a fatia de 2,29% da contribuição do imposto sobre as operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviço de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação – ICMS.

Considerando o limite temporal, o levantamento dos dados ocorreu nos meses de junho/2012 a agosto/2012. Cabe explicitar que o estudo teve como foco apenas a gestão socioambiental no ambiente interno.

Na análise documental, foram utilizados os balanços sociais da organização, referentes aos anos de 2010 e 2011, levando em consideração os indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais, clientes, fornecedores, comunidade, governo e sociedade, e considerando apenas os funcionários contratados como empregados.

2.4 As Etapas do Roteiro da Pesquisa

Realizou-se uma revisão bibliográfica para identificar os conceitos e o modelo teórico da gestão ambiental e da responsabilidade social. Em seguida apresenta, a estruturação do roteiro da pesquisa; na sequência, apresenta-se a coleta de dados, a constituição do banco de dados, as análises dos dados e as considerações finais.

A revisão bibliográfica tem como finalidade contextualizar, por meio de referências bibliográficas relacionadas com a gestão ambiental e a responsabilidade social, por meio de livros, artigos, internet, dissertações de mestrado.

A estruturação do roteiro da pesquisa envolveu a seleção da empresa a ser considerada como objeto de estudo. Um contato com a responsável pela Diretoria Administrativa e Recursos Humanos, com a qual, aceitou, formalizou a autorização da empresa para a realização da pesquisa. Em uma reunião com o sujeito responsável pela diretoria administrativa e de recursos humanos foi apresentada a proposta de trabalho, esclarecendo-se os aspectos relacionados à coleta dos dados, os setores envolvidos e o cronograma de coleta dos dados previstos para os meses de julho/2012 a Agosto/2012. Finalmente, foram propostas e realizadas as entrevistas com representantes de diversos setores da empresa.

Observando os objetivos estabelecidos para esta pesquisa, foram usados como instrumentos para coletas de dados, a entrevista, o questionário com perguntas fechadas (com embasamento no questionário da responsabilidade socioambiental do Instituto ETHOS), a entrevista participante e a análise documental.

De acordo com Yin (2005, p. 126), o uso de várias fontes de evidências nos estudos de caso permite que o pesquisador dedique-se a uma ampla diversidade de questões históricas, comportamentais e de atitudes.

Afirma o autor que “[...] um ponto forte muito importante da coleta de dados para um estudo de caso é a oportunidade de utilizar muitas fontes diferentes para a obtenção de evidências”.

Os questionários que se encontram nos apêndices do trabalho foram enviados por e-mail para os participantes. Os questionários foram respondidos pela Diretora Administrativa e de Recursos Humanos, Gerente de Recursos Humanos, Coordenadora de Gestão da Qualidade Total, Analista Ambiental, Supervisor de Compras e Supervisor de Pedidos.

As entrevistas foram realizadas com a supervisora de Recursos Humanos, Assistente Social, Coordenador do Serviço Especializado em Engenharia e Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT) e Responsabilidade Social.

Na análise documental, as informações foram coletadas utilizando os registros no site oficial da instituição, o Balanço social referente ao ano de 2010, no relatório de Sustentabilidade do ano de 2011 e no código de ética da empresa.

A análise dos dados teve a finalidade de buscar e atestar as evidências que comprovem a existência do modelo teórico.

Na conclusão e sugestões foram apresentados os resultados obtidos e a descrição das discussões realizadas, comparando com o modelo teórico e, sobretudo, verificando se contribuiu ou não para responder as questões e atender aos objetivos do estudo.

2.5 Modelo Teórico

O modelo teórico está estruturado no estudo da gestão socioambiental, com embasamento do questionário de responsabilidade socioambiental do Instituto ETHOS, para mensurar os indicadores sobre o Balanço Social dos anos de 2011 e 2012.

Neste sentido, o modelo teórico de gestão socioambiental utilizado no trabalho é apresentado no quadro 4. O estudo proposto encontra base da responsabilidade social empresarial do Instituto Ethos, que é referendado em valores e transparência, público interno, meio ambiente fornecedores, consumidores/clientes, comunidade, governo e sociedade.

Quadro 4: Modelo Teórico da Gestão Socioambiental com base na Responsabilidade Social do Instituto ETHOS

VALORES E TRANSPARÊNCIA	
1º	Compromissos éticos
2º	Governança Corporativa
3º	Balanço Social
PÚBLICO INTERNO	
4º	Relações com Sindicatos
5º	Valorização da Diversidade
6º	Política de Remuneração, Benefícios e carreira
7º	Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de trabalho
8º	Comportamento nas demissões
9º	Preparação para a Aposentadoria
MEIO AMBIENTE	
10º	Compromisso com a melhoria da qualidade ambiental
11º	Educação e conscientização ambiental
12º	Gerenciamento dos impactos sobre o meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços
13º	Sustentabilidade da Economia Florestal
	Minimização de entradas e saídas de materiais
FORNECEDORES	
15º	Crterios de seleção e avaliação de fornecedores
16º	Trabalho infantil na cadeia produtiva
CLIENTES/ CONSUMIDORES	
17º	Política de comunicação comercial
18º	Excelência no atendimento
COMUNIDADE	
19º	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno
20º	Relações com organizações locais
21º	Financiamento da ação social
22º	Envolvimento com a ação social
GOVERNO E SOCIEDADE	
23º	Construção da cidadania pelas empresas
24º	Liderança e influencia social

Fonte: Elaborado por BRANCO, L. M. P. de C. (2012), com base na Responsabilidade Social do Instituto ETHOS.

No quadro 4 apresenta o modelo teórico de responsabilidade social do Instituto Ethos, que foi utilizado na pesquisa, aplicados aos gestores da organização através de questionários nos apêndices II, III, IV, V, VI, VII e VIII.

No apêndice II consta o questionário sobre os valores, transparência e governança II, sendo respondido pela colaboradora (A). O primeiro indicador foi sobre os compromissos éticos da empresa. O segundo indicador foi sobre o da governança corporativa, com relação a estrutura organizacional e práticas de governança corporativa da alta direção da empresa.

O Balanço Social foi respondido pela colaboradora (B), sendo questionado o terceiro indicador sobre o Balanço Social abordando questões sobre com ocorre a elaboração de

relatórios sobre os aspectos ambientais das atividades da empresa, e quais os princípios que a empresa leva em consideração ao produzir o Balanço, apresentado no apêndice III.

O público interno, foi abordado no apêndice IV, sendo respondido pelo colaborador (C), sobre o quarto indicador que foi sobre as relações com os sindicatos, e a participação de empregados em sindicatos e ao relacionamento com seus representantes. O quinto indicador foi sobre a valorização da diversidade. O Sexto indicador questionou a política de remuneração, benefícios e carreira dos colaboradores. O sétimo indicador foi sobre os cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho. O oitavo indicador questionou o comportamento nas demissões, sobre como é o processo de demissões da empresa, e o nono indicador o da preparação para a aposentadoria, como a empresa prepara seus colaboradores para a aposentadoria.

Com relação ao meio ambiente, o participante da pesquisa foi o colaborador (D), conforme apêndice, sendo abordado o décimo indicador sobre o compromisso com a melhoria da qualidade ambiental, como a empresa trata a relevância e responsabilidade os impactos ambientais resultantes de suas atividades. O décimo primeiro indicador foi sobre a educação e conscientização ambiental, como que a empresa contribui para a conscientização da população quanto aos desafios ambientais decorrentes da atividade humana e cultiva os valores de responsabilidade ambiental. O décimo segundo indicador questionou o gerenciamento dos impactos ao meio ambiente e o ciclo de vida dos produtos e serviços. O décimo terceiro indicador, foi sobre a sustentabilidade da economia florestal, como que a empresa contribui para a conservação das florestas e combate a exploração ilegal e protege a biodiversidade. O décimo quarto indicador, abordou a minimização de entrada e saída de materiais, como que a empresa previne para reduzir os danos ambientais e otimizar os processos, e se a empresa possui monitoramento com metas específicas para o consumo dos recursos naturais.

Os fornecedores o participante da pesquisa foi o colaborador (E), respondendo o décimo quinto e o décimo sexto indicador, conforme consta o apêndice VI. O décimo quinto indicador questionou os critérios de seleção e avaliação de fornecedores, e como é a relação da empresa com os fornecedores e parceiros. O décimo sexto indicador questionou o trabalho infantil na cadeia produtiva, com relação aos fornecedores e parceiros na empresa em estudo.

Os consumidores e clientes, que consta em apêndice VII, através dos indicadores décimo sétimo e décimo oitavo, sendo o participante o colaborador (F). O décimo sétimo indicador questionou a política de comunicação comercial, na criação de uma imagem de

credibilidade e confiança da empresa. O décimo oitavo, questionou a excelência no atendimento, com relação ao compromisso da empresa com a qualidade dos serviços de atendimento ao consumidor/cliente.

A comunidade, foi abordada no apêndice VIII, onde teve a participação da colaboradora (B), como respondente do questionário. O décimo nono indicador questionou o gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno. O vigésimo indicador foi sobre a relação da empresa com as organizações locais, como organizações comunitárias, ONGs, escolas, postos de saúde, presentes no seu entorno. O vigésimo primeiro, questionou o financiamento da ação social da empresa. O vigésimo segundo indicador questionou como e o envolvimento da empresa com a ação social como forma de conscientizar sua ação social.

O governo e Sociedade no apêndice VIII, teve a participação da colaboradora (B), como respondente do questionário. O vigésimo terceiro indicador questionou qual o papel da empresa na construção da cidadania, e o Vigésimo quarto indicador como a empresa busca exercer a sua cidadania por meio de associações empresariais.

Justifica –se o modelo escolhido foi devido a sua abordagem abranger as questões de responsabilidade de uma organização pelos seus impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente por meio de comportamento transparente e ético. O modelo de questionário de responsabilidade social do Instituto ETHOS aborda princípios de responsabilidade social, como transparência , comportamento ético, direitos humanos, práticas trabalhistas, meio ambiente, consumidor, envolvimento com a comunidade e desenvolvimento, que são bases para certificação, pois com a elaboração da norma internacional ISO 26000, contribuem para diversos grupos de interesse, entre os quais, consumidores, governos, empresas, trabalhadores, ONGs, entidades de prestação de serviços.

2.6 Protocolo de Pesquisa

O protocolo de pesquisa foi utilizado com embasamento em Yin (2005, p.92), para o estudo de caso:

O protocolo para o estudo de caso é mais do que um instrumento, uma vez que, além deste, contém ainda os procedimentos e as regras gerais que devem ser seguidas para utilizar o instrumento, o que é uma das táticas principais para aumentar a confiabilidade da pesquisa de estudo de caso, orientando o pesquisador ao realizar a coleta de dados.

Inicialmente após a aprovação deste estudo pelo Comitê de Ética e Pesquisa, os procedimentos de coleta de dados foram implementados durante os meses de julho a agosto de 2012, sendo consideradas apenas as informações nos balanços sociais durante os anos de 2010 e 2011.

Nenhum sujeito selecionado foi obrigado a participar da pesquisa. A gestora concordou e assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, em duas vias (APÊNDICE IX). A primeira via foi entregue ao sujeito e a segunda, depois de preenchida e assinada, ficou sob a guarda da pesquisadora.

O sujeito participante da entrevista desta pesquisa foi abordado, em horário comercial na empresa em estudo.

Os horários foram previamente agendados com cada um para a realização da entrevista e aplicação do questionário, uma vez que foi elaborado especificamente para a empresa, de acordo com as suas responsabilidades.

Para realizar as observações nos locais de trabalho houve uma autorização do responsável do setor observado, solicitada pelo coordenador de Gestão da Qualidade Total. Os sujeitos participantes do questionário em hipótese alguma, foram identificados pelo nome do participante, sendo representados por nomes fictícios. Os questionários foram aplicados individualmente através de envio por e-mail aos participantes e escolhido pelo sujeito.

Para melhor compreensão dos perfis dos participantes da pesquisa, e preservar os nomes dos colaboradores foram criados os nomes fictícios e os cargos dos colaboradores da indústria alimentícia no município de Itumbiara, conforme são apresentados no quadro 5.

Quadro 5: Nomes fictícios dos cargos dos colaboradores participantes da pesquisa

Identificação	Cargos na organização
A	Diretora Administrativa e Recursos Humanos
B	Coordenadora de Gestão da Qualidade Total
C	Gerente de Recursos Humanos
D	Analista Ambiental
E	Supervisor de Compras
F	Supervisor de Pedidos
G	Supervisora de Recursos Humanos
H	Assistente Social
I	Coordenador do Serviço Especializado em Engenharia e Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT)
J	Responsabilidade Social

Fonte: Elaborado pela autora.

A entrevista foi realizada com a colaboradora (A) da empresa pesquisada, sendo que a respondente é uma colaboradora que está na empresa desde 1990, possui experiência profissional dentro da organização e acumula dois cargos de gestão. O cargo de gestor na organização responsável pelas áreas de Recursos Humanos e Administração foi representado pela letra (A).

2.7 Técnicas de Coleta de Dados

Para Marconi (2007, p. 176), técnica é um conjunto de preceitos ou processos de que se serve uma ciência ou arte; é a habilidade para usar esses preceitos ou normas, a parte prática. Toda ciência utiliza inúmeras técnicas na obtenção de seus propósitos.

A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias (MARCONI, 2007, p. 176).

A técnica de coleta de dados para o estudo de caso foi através de entrevista com a gestora (A), conforme Apêndice I; aplicação de questionários aos gestores da empresa pesquisada, conforme apêndices II, III, IV, V, VI, VII, VIII, e IX; pesquisa documental; observação da pesquisadora, com acompanhamento de um técnico do Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho - SESMT - da indústria para o registro das fotografias e situação real.

A entrevista no Apêndice I foi realizada com embasamento no questionário da dissertação de Viterbo, (2007), contando no total com 26 questões abertas semiestruturadas. A aplicação da entrevista com roteiro, foi com a gestora (A), conforme apresentado no quadro 5, que serviu de embasamento para a temática socioambiental.

Para a aplicação da entrevista a pesquisadora encaminhou um e-mail no dia 17 de julho de 2012 para a colaboradora (B), solicitando a possibilidade de data e horário para o agendamento da entrevista com a gestora colaboradora (A) sobre a Gestão Socioambiental da empresa. A confirmação do agendamento foi através do e-mail, para o dia 18 de julho de 2012 às 15 horas, no local de trabalho da colaboradora (A).

A realização da entrevista com a colaboradora (A), da empresa conforme apresentado no quadro 5 foi realizada com duração de 1 hora, em que a colaboradora

respondeu todos os questionamentos requisitados pela pesquisadora, e ainda apresentou o relatório de sustentabilidade da empresa do ano de 2011, e o código de ética da empresa, se colocando à disposição para maiores esclarecimentos. Para registro dos dados foi utilizado um gravador digital, onde posteriormente os diálogos foram transferidos para um computador em arquivo compatível com o programa Windows Media player, de modo a facilitar a transcrição.

Quanto à pesquisa de campo, as entrevistas e conversas informais com os coordenadores e gerentes gerais foram realizadas individualmente, no ambiente da própria empresa, em hora marcada especificamente para esta finalidade, com nomes fictícios. As entrevistas realizadas em visita à empresa com os colaboradores da empresa G, H, I e J, sendo que a pesquisadora explicou a cada participante da pesquisa, qual o objetivo e relevância da pesquisa, a importância da sua colaboração, bem como a confidencialidade dos dados informados. Foram feitas perguntas abertas, buscando obter maior espontaneidade dos entrevistados.

Para Gil (1999, p.129) construir um questionário consiste em traduzir os objetivos em questões específicas. As respostas a essas questões é que irão proporcionar os dados requeridos pra testar as hipóteses ou esclarecer o problema da pesquisa.

O questionário sobre os indicadores do Instituto ETHOS, foram enviados por e-mail aos gestores, para a colaboradora B da empresa pesquisada, no dia 17 de julho de 2012, para direcionar para os gestores A, B, C, D, E e F, com questões sobre: Valores, Transparência e Governança, Balanço social, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e Clientes, Comunidade, Governo e Sociedade. No dia 09 de Agosto de 2012, a colaboradora B, encaminhou para a pesquisadora via *e-mail* os arquivos respondidos pelos colaboradores da empresa, conforme são apresentados nos apêndices II, III, IV, V, VI, VII, VIII, e IX.

Com o intuito de recolher informações prévias sobre o campo de interesse, foi feita uma pesquisa no *site* oficial da empresa, onde foi possível obter informações sobre o Balanço social referente ao ano de 2010. Em visita à empresa, a colaboradora (A) conforme quadro 5, apresentou o relatório de sustentabilidade da empresa referente ao ano de 2011, onde constava o Balanço social referente ao ano de 2011, e o código de ética da empresa.

Em visita à empresa em estudo, a pesquisadora pediu autorização à gestora (A), para realizar os registros fotográficos na indústria, focando os programas de proteção ao meio ambiente. A gestora (A) informou que a empresa possui normas internas para registros fotográficos, e que não são todas as áreas da empresa que são permitidas o registro por questões éticas e por envolverem pessoas. A pesquisadora informou quais seriam as áreas que

seriam registradas, e a gestora autorizou o registro fotográfico. Para o agendamento do registro fotográfico a colaboradora (A), pediu o acompanhamento do gestor (I), onde informou que todos os gestores autorizaram os registros fotográficos.

O acompanhamento teve agendamento com os responsáveis e também com o apoio da equipe do Serviço Especializado de Engenharia e Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT) da empresa, devido às normas de segurança no local visitado. A análise documental e os registros de imagens (fotográficas) foram realizados com autorização do responsável do setor observado para registro.

2.8 Análise e Tratamento dos Dados

Para melhor compreensão da gestão socioambiental da empresa, foram utilizados os indicadores do Balanço Social da empresa entre os anos de 2010 e 2011. Os dados foram tabulados e correlacionados, para estudar a evolução dos fatores sociais e ambientais da organização.

2.9 Critérios de Inclusão e Exclusão dos Sujeitos

O processo de inclusão, se justifica uma vez que a escolha do sujeito está dirigida às pessoas que detêm as informações e os conhecimentos necessários para responder às perguntas contidas nos questionários.

O critério de exclusão de alguns colaboradores, se justificou tendo em vista que não estavam diretamente envolvidos nos processos de planejamento, organização, coordenação, comando e controle operacional dos processos de gestão ambiental e responsabilidade social das indústrias alimentícias.

Nenhum sujeito selecionado foi obrigado a participar da pesquisa. Os participantes que concordaram, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, em duas vias que constam em apêndice IX. A primeira via foi entregue ao sujeito e a segunda, depois de preenchida foi assinada e ficou sob a guarda da pesquisadora.

A empresa concedente da pesquisa recebeu o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido em duas vias, sendo que uma via ficou sob a guarda da diretora Administrativa e Recursos Humanos da empresa e a outra, após assinada, ficou com a pesquisadora.

Com relação aos riscos com o sujeito, a pesquisa acarretou os seguintes desconfortos:

a) impaciência por parte dos sujeitos;

b) constrangimentos entre empresa concedente da pesquisa e sujeitos, pois ambos, em algum momento, foram considerados que a pesquisa estivesse atrapalhando o andamento das atividades da empresa.

As entrevistas e aplicação dos questionários com os sujeitos foram previamente agendadas, de acordo com a necessidade, procurando evitar desconforto e problemas na execução das rotinas de suas atividades. Em hipótese alguma foram divulgados os nomes dos sujeitos participantes, sendo substituídos por letras A, B, C, D, E, F, G, H, I e J. Os dados coletados ficarão guardados por 05 (cinco) anos em poder dos pesquisadores e após esse período serão destruídos.

Com relação aos benefícios para com o sujeito, eles serão enormes. Além de participar de todo o processo para fornecer os dados, aumentando os conhecimentos do processo, o trabalho pode contribuir para a melhoria da gestão socioambiental na indústria pesquisada, visando à prevenção do meio ambiente e a responsabilidade social como indicador de controle e sustentabilidade empresarial. Os benefícios são garantidos através de uma parceria de compromisso e respeito entre pesquisadores e empresa.

CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NA EMPRESA PESQUISADA

Neste capítulo serão apresentados os dados coletados em conformidade com os objetivos propostos no estudo e uma análise sobre as ações de gestão socioambiental desenvolvidas na organização submetida ao estudo de caso.

3.1 Análise das Dimensões e Elementos da Gestão Socioambiental

Visando esclarecer algumas dúvidas da pesquisadora, inicialmente foi realizada a entrevista com uma representante da empresa pesquisada, para identificar a sua posição perante a gestão socioambiental. O roteiro básico para a entrevista aplicada com a gestora consta no apêndice I.

Na data e no horário agendado para a entrevista com a Diretora executiva (A), inicialmente a colaboradora apresentou documentos da empresa, como o Relatório sobre Sustentabilidade, onde constam informações sobre as ações socioambientais da organização, o Balanço Social do ano 2011 e, posteriormente, o documento sobre o código de ética e conduta da empresa. O Balanço Social referente ao ano de 2010 foi pesquisado na internet através do site oficial da empresa, no endereço www.caramuru.com, onde constam os indicadores sociais e ambientais da empresa.

Na entrevista, com a representante da empresa pesquisada foram apontados os seguintes aspectos merecedores de registro, sobre a caracterização da indústria alimentícia e a caracterização socioambiental.

Com relação à caracterização socioambiental, a colaboradora (A) afirmou que os fatores que motivam a organização a priorizar os temas de proteção ao meio ambiente e responsabilidade social empresarial são a sustentabilidade e a necessidade de manter os negócios através de estratégias inseridas na visão, missão, valores e nas suas políticas.

As certificações obtidas pela organização são a ISO 9000 (Certificação de Gestão da Qualidade), ISO 14000 (Certificação Ambiental) e OHSAS 18000 (Certificado de Saúde Ocupacional e Segurança), através de um sistema de gestão integrada. A primeira certificação

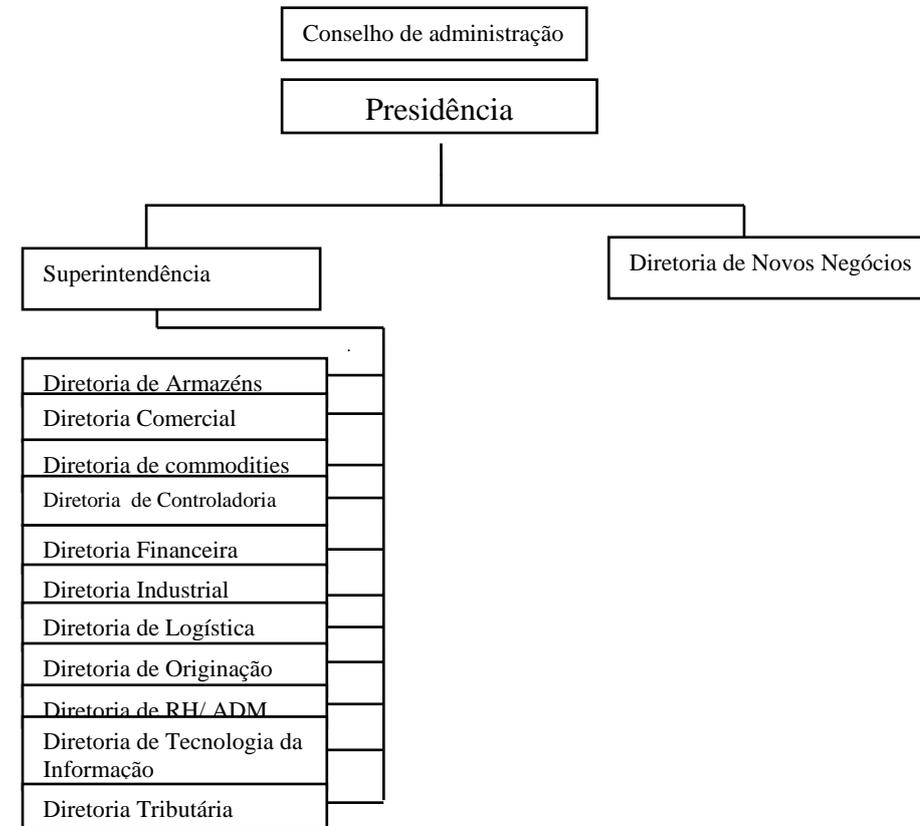
ambiental ocorreu no dia 14 de junho de 2005, e a validade da certificação estende-se a 13 de junho de 2014. A empresa não é certificada pela ISO 26.000.

Existe uma preocupação da organização em disseminar os resultados referentes ao meio ambiente e à responsabilidade social empresarial para os seus funcionários, clientes e partes interessadas, como pôde ser visualizado no relatório de sustentabilidade do ano de 2011 e no *site* institucional da empresa.

Foi afirmado pela colaboradora (A) em resposta ao questionário do Apêndice I, que a alta administração e as lideranças estão comprometidas com a melhoria ambiental, apoiando as iniciativas de responsabilidade social empresarial. Segundo a afirmação da colaboradora (A), a indústria realizou nos dois últimos anos investimentos associada à gestão socioambiental, principalmente nos processos industriais.

Segundo a colaboradora (A) as práticas de gestão socioambiental contribuem para a sobrevivência do negócio. Conforme a colaboradora (A) “A empresa utiliza como tripé a pirâmide da sustentabilidade através dos pilares econômico, social e ambiental”. Não se fala em sustentabilidade sem se falar nesses pilares. A empresa não é somente responsável por gerar resultados, ela precisa gerar resultados de forma responsável para a preservação da vida, mas não dá para viver somente pensando no meio ambiente, conforme afirmação da gestora A. Como a empresa precisa dos recursos naturais, ela cuida e trata os seus resíduos para devolvê-los ao seu meio natural. Em visita à empresa, pode ser verificado que a empresa trata os seus resíduos sólidos e líquidos..

A estrutura organizacional formal da empresa é representada pelo organograma, onde são apresentados os níveis hierárquicos, sendo possível verificar que a estrutura começa com o Conselho de Administração, logo abaixo está a Presidência, que contém os órgãos de Superintendência e a de Diretoria de Novos Negócios da organização que são subordinados à Presidência da organização. Na Superintendência são desmembradas as linhas das diretorias da organização (Figura 5).

Figura 5 - Estrutura Organizacional da empresa

Fonte: Caramuru (2012)

De acordo com a colaboradora (A), e conforme apresenta a figura 5, não existe o cargo de diretor de meio ambiente, na organização. Na estrutura organizacional, o cargo de diretoria administrativa e recursos humanos, são ocupados por uma colaboradora, responsável pelo coordenador de gestão da qualidade (GQT). A Coordenação de Gestão da Qualidade é o cargo responsável por todos os processos de certificações, com uma equipe multidisciplinar que trabalha com os processos, sendo que dentro dessa equipe existe um cargo de analista ambiental. Dentro de cada planta existe um gerente que acumula também a função de acompanhar e orientar as questões ambientais.

A colaboradora (A) afirmou que há um retorno comercial com a adoção de medidas ou programas de proteção ambiental, pois a empresa é vista de forma diferente no mercado, mas não é mensurado pela empresa o retorno dos investimentos na área social e ambiental. Segundo ela, se a empresa não tivesse a certificação ambiental deixaria de exportar os seus produtos e alguns compradores do mercado interno e externo não estariam comprando da empresa.

De acordo com a colaboradora (A), a indústria alimentícia não possui incentivos dos governos estadual e federal para melhorar as condições socioambientais, e comentou na entrevista que com relação ao governo estadual tudo que a empresa necessitou para a parte ambiental como autorizações possui muita burocracia. A gestora relatou que a empresa possui vários documentos, que estão parados, da indústria de São Simão, precisando de autorização da secretaria do meio ambiente do estado de Goiás e por esse motivo burocrático a empresa não obteve ainda a certificação ambiental. Com relação aos incentivos para práticas ambientais a secretaria municipal de Itumbiara, a gestora afirmou que a empresa sempre faz parcerias com a secretaria do meio ambiente. Para a colaboradora (A) é uma situação complicada, pois no município ainda não existe um aterro para a destinação dos resíduos e que precisa melhorar em alguns aspectos.

Existe auditoria interna e externa na empresa com relação à questão do destino final dos passivos, pois devido às certificações, a empresa passa por auditorias interna e externa periodicamente. A qualidade das informações contábeis e os balanços da empresa são auditados desde 1997, pela empresa contratada Deloitte ToucheTohmatsu auditores independentes.

A empresa investe em ações ecológicas, principalmente a conscientização ambiental. No ano de 2011, foi contratada uma empresa de consultoria especializada em questões socioambientais para trabalhar com vários programas. A empresa realizou treinamento de todos os colaboradores da unidade, em questões ambientais e de desenvolvimento. O programa teve uma interação com ações da comunidade interna da empresa e o envolvimento das lideranças em reuniões específicas. No mês de julho de 2011 foi realizada uma semana de eventos para comemorar o Dia Mundial do Meio Ambiente (cinco de julho) e conscientização dos colaboradores para a importância da preservação do meio ambiente.

A colaboradora (A), em entrevista com a pesquisadora, afirmou que existe orçamento definido para participação de programas ambientais e sociais, mas não foi divulgado.

Com relação aos compromissos com o meio ambiente e com a responsabilidade social, a gestora declarou que provoca reflexos positivos sobre as vendas da organização, pois a empresa possui compromisso com o meio ambiente, que influencia na imagem da empresa, sendo vista de forma diferenciada, pois cuida dos recursos naturais. Segundo a colaboradora (A), a empresa utiliza os recursos naturais, mas busca reaproveitá-los de forma sustentável como, por exemplo, a água que é utilizada nos processos da organização e passa pelo

tratamento através do sistema de tratamento de efluentes, sendo reaproveitada na limpeza e na jardinagem como forma de reutilização da mesma.

O compromisso com a responsabilidade social empresarial está associado a ganhos na imagem corporativa da empresa. O *marketing* social é feito, mas a empresa não costuma divulgar muito as suas ações sociais, como sustentou a colaboradora A, ao dizer que “fazemos mais do que divulgamos”.

3.2 Análise do Modelo de Questionário de Responsabilidade Socioambiental com Base nos Indicadores do Instituto Ethos e o Balanço Social da Caramuru Alimentos

3.2.1 Valores, Transparência e Governança

Com relação à governança corporativa da organização, a colaboradora (A) informou que no relatório sobre sustentabilidade da empresa referente ao ano de 2011, são abordados os aspectos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades e a situação econômico-financeira das atividades da empresa. As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros. No processo de elaboração do balanço social, a empresa envolve as seguintes partes interessadas: comunidade, público interno e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral (por meio de contatos com organizações de defesa do meio ambiente, sindicatos, entidades voltadas para a saúde pública ou defesa dos direitos humanos, etc.).

A empresa expõe na internet dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades. Contempla em seu balanço social, dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza, como a Demonstração do Valor Adicionado (DVA). Os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa. Ao produzir o balanço social, a empresa leva em consideração os princípios de inclusão, relevância e materialidade, abrangência, equilíbrio, comparabilidade, exatidão, periodicidade e clareza, conforme afirmou a colaboradora (A).

A empresa expõe publicamente seus relatórios, pois pode ser verificado no *site* institucional da empresa o balanço social referente ao ano de 2010 e o balanço social referente

ao ano de 2011, através do relatório de sustentabilidade, onde é possível ter acesso às informações na própria empresa, através da gestora A.

A colaboradora (B) afirmou que a alta direção da empresa conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica dos seus integrantes com relação à estrutura organizacional e práticas de governança corporativa. Para nomear membros do conselho de administração ou consultivo, a empresa leva em consideração habilidades, conhecimentos, especialização e independência para orientar o direcionamento estratégico da organização, incluindo questões relativas a oportunidades e riscos ambientais, sociais e monitorar a atuação dos gestores (diretoria), conforme afirmou à colaboradora (B). A empresa utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos aos direitos humanos.

Em visita à empresa e em conversa com a colaboradora (J), sobre como os programas sociais são identificados, informou que alguns projetos já existem e são executados, e que a organização sempre está preocupada com a questão social. A colaboradora informou que para ter um melhor direcionamento nos projetos sociais, a empresa contratou uma empresa especialista em estudos sociais através da consultoria do Serviço Social da Indústria (SESI), para verificar e identificar as áreas mais críticas no município de Itumbiara. A pesquisa foi realizada nos meses de janeiro a maio de 2012. A colaboradora pediu para que os dados não fossem apresentados, pois o trabalho ainda não foi validado, mas de acordo com os apontamentos do estudo, vários projetos serão implantados de acordo com o grau de importância dos indicadores.

Através dos dados obtidos nos Balanços Sociais dos anos 2010 e 2011, foi possível fazer uma comparação em percentuais dos avanços e da redução de alguns indicadores. Além da comparação dos indicadores, foi realizado o registro fotográfico de alguns setores.

O perfil dos colaboradores é o primeiro indicador do Balanço Social da empresa, conforme é apresentado na Tabela 2:

Tabela 2 – Perfil dos Colaboradores da Caramuru alimentos S/A nos anos de 2010/2011

PERFIL	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Total de colaboradores ativos	2404	2531	5
Numero de Colaboradores Contratados	590	818	39
Número de Estagiários	30	21	-30
Número de Homens	1987	2069	4
Número de Mulheres	417	462	11
Número de negros / pardos	853	855	0,23
Números de Portadores de Deficiência	60	62	3
% de mulheres em cargos de chefia	20,54	19,50	-5
% de negros /pardos em cargos de chefia	17,56	19,08	8

Fonte: Pesquisa Balanço Social – Caramuru Alimentos S/A (2012).

A empresa teve um aumento no quadro dos colaboradores ativos em 2011 de 5,28% .

A colaboradora (C), respondeu que, com relação à valorização da diversidade, conforme apêndice IV, o número de pessoas com deficiência somente foi a partir de 2012, onde o percentual é de 7%.

No ano de 2012, a empresa não possui colaboradores com deficiência em cargos executivos, e o percentual de cargos de coordenação e chefia foi de 0,30%. A política de remuneração, benefícios e carreira demonstra que o plano de cargos e salários da empresa não é transparente e não é abordado em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores, conforme informações obtidas da colaboradora (C). A faixa etária dos colaboradores ativos na empresa é apresentada pela tabela 3.

Tabela 3 – Faixa Etária dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Faixa Etária	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Até 20	143	149	4
De 21 a 30	1010	1070	6
De 31 a 40	713	726	2
De 41 a 50	381	408	7
De 51 a 60	124	148	19
Acima de 60	33	30	-9

Fonte: Pesquisa Balanço Social – Caramuru Alimentos S/A (2012).

Na faixa etária dos colaboradores, conforme balanço social referente aos anos de 2010 e 2011 foi possível verificar que os colaboradores acima de 60 anos tiveram um decréscimo de 9%, pois no ano de 2011 ocorreram 3 aposentadorias.

A gestora (C) afirmou que a empresa possui um bom relacionamento com os colaboradores com relação ao comportamento nas demissões e que não teve reclamações trabalhistas relacionadas às demissões nos últimos três anos. A empresa acompanha e avalia periodicamente a rotatividade dos empregados e tem política para minimizar e melhorar esses indicadores através de pesquisa de clima organizacional. A empresa oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados para que possam preparar-se para a aposentadoria, mas não participa ou apoia programas e de campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos.

Para compreender melhor a valorização dos colaboradores serão apresentados os investimentos com o público interno na organização.

3.2.2 Público Interno

A organização que possui a responsabilidade social como modelo de gestão baseia-se na ética e no respeito ao ser humano. Diante dessa afirmação a empresa pesquisada busca ter compromisso e respeito com os seus colaboradores, conforme foram apresentados no balanço social os investimentos com alimentação dos colaboradores na tabela 4.

Tabela 4 – Investimentos com a alimentação dos colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Alimentação	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Número de refeições servidas anualmente	489.149	460.491	-6
Número de cartões oferecidos com cesta alimentação	28.859	26.669	-8
Investimento com Alimentação	R\$ 6.000.992,00	R\$ 7.204.198,00	20

Fonte: Pesquisa Balanço Social Caramuru Alimentos S/A (2012).

Na tabela 4 são apresentados os investimentos com a alimentação dos colaboradores, sendo que no ano de 2011 houve um crescimento em valores de 20%, mas houve um decréscimo na quantidade de refeições servidas anualmente e os cartões oferecidos com cesta alimentação. Segundo a colaboradora (C), a empresa o número de refeições não teve redução significativa, pois o fornecimento das refeições são feitas por prestadores de serviço e

terceiros tendo uma oscilação na quantidade de refeição. O crescimento no valor de 20% com investimento com a alimentação foi devido à melhoria no cardápio oferecido aos colaboradores e em função dos aumentos dos alimentos.

Segundo informações da supervisora (G), todos os colaboradores recebem alimentação no refeitório, sendo oferecidas as refeições nos três turnos (almoço, jantar e ceia), exceto nas unidades armazenadoras. A empresa paga 86% e o colaborador 14%, do valor da refeição, para todos os colaboradores.

A organização em estudo possui dispêndios com a previdência privada de seus colaboradores, conforme dados obtidos no Balanço Social e apresentado na tabela 5.

Tabela 5 – Investimentos com Previdência Privada dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Previdência Privada	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Investimentos com Previdência Privada	R\$ 611.869,00	R\$ 754.428,00	23

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

Conforme apresenta a tabela 5, os investimentos com a previdência privada dos colaboradores teve um crescimento de 23 % em valores no ano de 2011 em comparação com o ano de 2010. O crescimento foi devido ao aumento no valor das parcelas de contribuição por parte da empresa e dos colaboradores, sendo que o plano de previdência privada oferecido aos colaboradores é o do Brasil Prev.

Segundo a colaboradora (C), os cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho foram certificados pelas normas SA 8000, BS 8800, e OHSAS 18001 ou por norma equivalente. A colaboradora (C), ainda afirmou que a empresa não oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool e programa específico para portadores de HIV/aids.

Segundo o colaborador (I) declarou que a organização busca criar um clima organizacional que preze pela saúde, segurança e o bem estar dos colaboradores por meio do Serviço Especializado em Engenharia e Medicina do Trabalho (SESMT). O departamento desenvolve programas de prevenção dos riscos ambientais com orientação dos colaboradores, realiza palestras, acompanha as atividades e identifica os seus riscos. Além do programa de prevenção de riscos, são realizados exames médicos admissionais, periódicos e de demissões.

Acreditando que a segurança no ambiente de trabalho é fundamental para a tranquilidade e o bem estar do colaborador, a empresa desenvolve dentro do seu sistema de

gestão, acompanhamento dos indicadores de acidentes de trabalho, registrando-os e controlando-os mensalmente. Em visita aos departamentos da organização observou-se os quadros informativos, com informações como exemplo no caso de emergência com acidentes de trabalho, os procedimentos os contatos de emergência e os locais mais próximos para os atendimentos. Os dispêndios com saúde e segurança dos colaboradores são apresentados na tabela 6.

Tabela 6 – Investimentos em Reais com Saúde e Segurança dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Saúde	2010	2011	Crescimento / Decréscimo (%)
Plano de Saúde	R\$ 2.365.096,00	R\$ 2.869.099,00	21
Plano Odontológico	R\$ 472.791,00	R\$ 511.543,00	8
Seguro de Vida	R\$ 287.110,00	R\$ 303.281,00	6
Segurança e Medicina no Trabalho	R\$ 842.671,00	R\$ 1.142.326,00	36
Investimentos com Saúde, Certificação, Saúde e Segurança Ocupacional	R\$ 3.967.667,00	R\$ 4.826.249,00	22
		OHSAS 18000	

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

Os valores apresentados na tabela 5 demonstram que houve um crescimento de 22% no ano de 2011, em comparação com o ano de 2010, devido aos ajustes para a obtenção da certificação OHSAS, que é a de Saúde e segurança dos colaboradores. .

A colaboradora (H) informou que a empresa oferece vacina contra a gripe comum e o vírus H1N1 gripal grátis para todos os colaboradores nos meses de março, para quem deseja tomá-la, pois não é obrigatório. Segundo a colaboradora, no mês de março de 2012 foram aplicadas 1650 doses. Para melhor qualidade de vida dos colaboradores e de seus familiares a empresa oferece benefícios adicionais como plano de saúde (Unimed) e plano de saúde odontológica (Uniodonto). Quando o beneficiário utiliza os serviços dos planos de saúde no caso de consulta, são cobrados 50% do colaborador e 50% da empresa. Nos exames mais complexos como tomografias e cirurgias, a empresa paga 80% e o colaborador paga o restante.

O colaborador (I) informou que a ginástica laboral é oferecida aos colaboradores em parceria com o Serviço Social da Indústria (SESI). Dois professores são disponibilizados para trabalhar com os colaboradores a ginástica laboral, principalmente, na área industrial onde há um maior movimento e levantamento de peso.

Segundo a colaboradora (C), a empresa não promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de *call center*) e não possui programa de orientação alimentar e nutricional.

Os investimentos com a educação dos colaboradores, são apresentados nos balanços sociais da empresa entre os anos de 2010 e 2011, conforme indicado na tabela 7.

Tabela 7 – Investimentos com Educação dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Educação	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Ensino Fundamental/ Médio		R\$ 3.814,00	100
Graduação	R\$ 51.460,00	R\$ 66.592,00	29
Pós-Graduação	R\$ 2.245,00	R\$ 411.817,00	18.243
Investimentos com Educação	R\$ 53.705,00	R\$ 482.224,00	798

Fonte: Pesquisa Balanço Social – Caramuru Alimentos S/A (2012).

A tabela 7 apresenta os investimentos em educação dos colaboradores, onde a empresa investiu cerca 798% em educação a mais do que no ano de 2010. Os investimentos em cursos de pós-graduação teve um crescimento de 18243% no ano de 2011 em comparação com o ano de 2010. No ano de 2011, a empresa ofereceu cursos aos colaboradores gestores através o Programa Desenvolver Gente (PDG), sendo custeados 100% pela empresa.

Segundo informações da colaboradora (G), são oferecidos cursos para formação e crescimento, conforme a necessidade e interesse da empresa e do colaborador na área de atuação. A empresa oferece bolsas de estudos de 50% a todos os colaboradores que estão matriculados em curso superior na área de atuação na empresa.

Como forma de oferecer uma atividade cultural, a empresa possui investimentos com cultura. No ano de 2011 teve um aumento de 13%, em valores em comparação com o ano de 2010, conforme Balanços sociais da empresa (Tabela 8).

Tabela 8 – Investimentos com Cultura na Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Música	R\$ 51.458,00	R\$ 58.272,00	13
Investimentos com Cultura	R\$ 51.458,00	R\$ 58.272,00	13

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

A gestora (H) apresentou o programa do coral musical “VOZES PELA INTEGRAÇÃO”, que foi criado em 2004 para estimular a integração dos colaboradores por meio da música, buscando valorizar as manifestações artísticas. Os membros participantes do grupo passaram por uma seleção de voz para participarem do coral. As apresentações artísticas do coral são em eventos internos e externos, sendo que todas as despesas com as apresentações são custeadas pela empresa como alimentação, hospedagens, transportes e uniformes.

A colaboradora (H) informou que a partir do ano de 2011, os colaboradores e interessados, participantes ativos do grupo coral, estão recebendo incentivos de R\$ 90,00 mensais, para cursos de línguas, informática e música.

A capacitação e desenvolvimento profissional dos colaboradores, com os números de treinamentos realizados e os valores com investimentos com capacitação e desenvolvimento são apresentados na tabela 9.

Tabela 9 – Investimentos com Capacitação e Desenvolvimento Profissional dos Colaboradores da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.

	2010	2011	Indicadores de crescimento/ Decréscimo (%)
Número de Treinamentos realizados	528	568	7
Investimentos com capacitação	R\$ 787.944,00	R\$ 1.679.497,00	113

Fonte: Pesquisa Balanço Social – Caramuru Alimentos S/A (2012).

A tabela 9 apresenta que no ano de 2011 houve um crescimento de 113% nos investimentos com capacitação e desenvolvimento profissional, devido à necessidade de aumentar a capacitação e aperfeiçoamentos dos seus colaboradores. O número de treinamentos realizados também teve um crescimento de 7% em comparação com o ano de 2010.

Segundo a gestora (J), desde o ano de 2005, a empresa oferece acesso à tecnologia da informação a todos os colaboradores com cursos nas áreas de informática com duração de 03 meses e com carga horária de 90 Horas. O local do curso é na própria empresa, em uma sala de informática, e em visita à empresa foi possível visualizar fotos das turmas formadas. Os professores dos cursos de informática são disponibilizados através do Serviço Social da Indústria (SESI). Os cursos e os treinamentos são realizados de acordo com as necessidades de cada setor, sendo que a gestora faz o Levantamento das Necessidades de Treinamento

(LNT). Os cursos são planejados com antecedência do ano anterior para o ano seguinte, mas depende da necessidade ou da urgência.

O programa de participação nos resultados da empresa realiza pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios através de pesquisa de clima organizacional, segundo informações da gestora de Recursos humanos. A participação nos lucros e resultados da empresa em estudo, conforme balanços sociais referente aos anos de 2010 e 2011 é apresentada na tabela 10.

Tabela 10 - Participação nos Lucros e Resultados da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.

Participação nos Lucros e Resultados	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Investimentos com PLR	R\$ 15.507.186	R\$ 11.895.000	-23

Fonte: Pesquisa Balanço Social – Caramuru Alimentos S/A (2012).

Os investimentos com a participação nos lucros e resultados dos colaboradores teve uma redução de 23% em valores no ano de 2011, porque os colaboradores não conseguiram atingir as metas organizacionais da empresa conforme demonstra a tabela 10. Isso significa que os objetivos que foram propostos não foram atingidos.

No final de cada ano, é feita uma análise para verificar se a empresa e os departamentos conseguiram atingir as suas metas do grupo e dos setores. Os colaboradores que atingem as metas da empresa e dos departamentos conseguem receber até 2,5 salários do seu salário, mas para isso precisam atingir 100%. No caso dos colaboradores que não atingem as metas estabelecidas, somente recebem um percentual proporcional na participação nos lucros e resultados.

Segundo a colaboradora (G), os colaboradores no final de cada ano recebem um bônus de uma cesta básica, mas esse bônus depende do nível salarial para verificar o valor.

Os níveis de salários dos colaboradores e os valores dos bônus são:

- Níveis: I, II, III = 684,20, o colaborador recebe bônus de R\$ 200,00;
- Níveis: IV, V, VI = 1.310,16, o colaborador recebe bônus de R\$ 200,00;
- Níveis: VII = 1.657,19, O colaborador recebe bônus no final do ano de R\$ 150,00.

Após apresentar a participação nos lucros e resultados, a empresa possui outros dispêndios como transportes, uniformes e recreação, conforme balanços sociais da empresa que são apresentados na Tabela 11:

Tabela 11 – Investimentos em Reais com Transportes, Uniformes e Recreação da empresa Caramuru Alimentos S/A nos anos 2010/2011.

Outros	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Transportes	R\$ 1.655.814,00	R\$ 1.993.449,00	20
Uniformes	R\$ 444.937,00	R\$ 609.552,00	37
Recreação	R\$ 123.137,00	R\$ 280.548,00	128
Investimento com Outros	R\$ 2.223.887,00	R\$ 2.883.599,00	30

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

A empresa oferece aos seus colaboradores uniformes, transportes e recreação. Na tabela 11, foi possível visualizar que a empresa no ano de 2011, investiu 30% a mais que no ano de 2010, os valores que houve uma aumento significativo foi com relação à recreação dos colaboradores. Com relação à recreação houve um aumento de 128% em relação ao ano de 2010, atingindo o valor de R\$ 123.137,00. Através desses dados é demonstrado que a organização esta preocupada com a qualidade de vida dos colaboradores, buscando uma socialização.

Em conversa com a colaboradora (G), a mesma informou que o horário de trabalho do pessoal administrativo é das 08h00min às 17h45min, de segunda a sexta-feira, sendo que quem trabalha com esse regime de trabalho possui 01 hora de almoço e descanso. Os colaboradores que trabalham 8h45min por dia durante cinco dias por semana, ultrapassam às 8 horas diárias, mas em compensação não trabalham nos sábados.

A empresa oferece transporte coletivo para ida e volta do ambiente de trabalho. Os transportes dos colaboradores são feitos por uma empresa terceirizada contando com o serviço de seis ônibus durante todos os horários e dias da semana.

Além do transporte coletivo, a empresa oferece uniformes para os colaboradores administrativos e para a produção industrial. Os uniformes oferecidos ao pessoal do administrativo são dois pares e para o pessoal da produção industrial são três pares. Se o colaborador desejar adquirir mais alguma peça do uniforme terá que pagar o valor pela peça.

3.2.3 Meio Ambiente

Conhecer os impactos das atividades no meio ambiente é um dos requisitos para uma gestão responsável. Para isso é fundamental monitorar e analisar os impactos ambientais dos produtos, desenvolver processos de gestão ambiental e acompanhar os seus efeitos inclusive na cadeia produtiva.

Segundo informações obtidas com a colaboradora (D) através do questionário apresentado no apêndice V, a empresa trata com a devida relevância e responsabilidade os impactos ambientais que são resultantes de suas atividades e que a política ambiental é formal, sendo de conhecimento de todos os empregados e que consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa. Essa afirmação da colaboradora pode ser visualizada pela pesquisadora no código de conduta da empresa. A empresa possui uma colaboradora responsável pela área de meio ambiente que participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade.

Segundo a colaboradora (D), a empresa não contribui para a preservação da biodiversidade por meio de políticas específicas, projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados, mas possui política explícita de não-utilização de materiais e insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais (como madeira, produtos florestais não-madeireiros, animais etc.).

Segundo a colaboradora (D) a empresa dispõe de processos para mapeamento e análise sistêmica para a melhoria da qualidade ambiental, que visa contribuir para a conscientização da população quanto aos desafios ambientais decorrentes da atividade humana e cultiva valores de responsabilidade ambiental. A empresa desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia, campanhas internas de educação com base nos 3 Rs e desenvolve campanhas internas de educação para o consumo consciente.

A empresa não possui programa de gerenciamento de resíduos com a participação do cliente, como para a coleta de materiais tóxicos ou a reciclagem pós-consumo, não fornece aos consumidores e clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos e não discute com empregados, consumidores e clientes, fornecedores e a comunidade os impactos ambientais causados por seus produtos ou serviços, conforme afirmação da colaboradora (D).

A colaboradora (D) afirma que a empresa prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental. Com o objetivo de contribuir com a conservação das florestas e combater sua exploração ilegal e predatória, bem como proteger a biodiversidade, a empresa realiza visitas programadas ou eventuais, para realizar monitoramento da origem ou da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais que utiliza. Segundo afirmação da colaboradora (D), a empresa incentiva seus fornecedores a buscar a certificação florestal, priorizando e apoiando os fornecedores engajados na busca da sustentabilidade das florestas.

Segundo afirmação da Gestora (D), a empresa possui sistema de monitoramento com metas específicas para o aumento da eficiência energética, redução do consumo de água, redução da geração de resíduos sólidos, redução da emissão de CO2 e outros gases do efeito estufa na atmosfera. Segundo dados nos balanços sociais a empresa realizou investimentos relacionados com a produção e em programas ou projetos externos, conforme apresentados na Tabela 12.

Tabela 12 – Investimentos Relacionados com Programas Ambientais da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010 e 2011

	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Investimentos relacionados com a produção	R\$ 3.069.252,00	R\$ 945.662,00	-69
Investimento em programas ou projetos externos	R\$ 52.500,00	R\$ 92.798,00	77

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

Os investimentos em programas ou projetos externos ambientais da empresa, apresentados na tabela 12, demonstram que os investimentos relacionados com a produção no ano de 2011, tiveram uma redução de 69% em comparação com o ano de 2010, porque o ano de 2010 buscou melhorias nos processos para a certificação em 2011.

O consumo dos recursos naturais utilizados pela empresa em estudo, como energia elétrica, água, lenha e resíduos são apresentados através do balanço social da empresa Tabela 13.

Tabela 13 – Consumo de Recursos Naturais pela Caramuru Alimentos S/A nos Anos de 2010 e 2011

Tipos	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Consumo anual de energia (Kw/h)	89.190.125	123.516.330	38,48
Consumo anual de água (m3)	62.166	1.053.756	1595
Consumo anual de lenha (m3)	252.835	41.291	-84
Consumo anual de combustíveis fósseis – Diesel	293.549	339.052	15
Consumo anual de combustíveis briquete - (t)	9.796	800	-92
Consumo anual de combustíveis cavaco - (t)		9.030	100
Consumo anual de combustíveis fósseis - gás (t)	222.270	418	-100
Qtd. anual de resíduos - para aterro- (t) (lixo comum)	1.456	688	-53
Qtd. anual de resíduos sólidos - para compostagem (t)		2.617	100
Qtd. de resíduos sólidos - para reciclagem (t)	122	414	240
Qtd. de resíduos sólidos para incineração -(t)	2.163	10	-100
Qtd. de resíduos sólidos para recuperação Solo (t)	9.796	6.703	-32

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

Na tabela 13 apresenta o consumo de recursos naturais pela empresa em estudo, onde pode ser analisado que a empresa aumentou o consumo de energia em 38,48% em comparação ao ano de 2010.

O consumo de água houve um crescimento muito alto de 1595%, esse indicador teve esse índice devido à justificativa de que a empresa no ano de 2010 mensurou somente a indústria de soja, e que a partir do ano de 2011 a empresa passou a mensurar todo o seu complexo industrial.

Os resíduos sólidos para a reciclagem teve um aumento de 240% no ano de 2011, pois a empresa no ano de 2010 não retirava do pátio os resíduos sólidos como a terra clarificante que é utilizada no refino de milho, a partir do ano de 2011 a empresa em parceria com uma empresa de Pouso Alegre, passou a retirar os resíduos do pátio para que o mesmo fosse reaproveitado para incorporação ao solo. A partir dessa parceria o resíduo passou a serem mensurados, sendo que todos os resíduos que saem da empresa precisam de notas e qual é a destinação correta dos resíduos.

A Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) foi projetada para tratar os efluentes líquidos dos complexos industriais da unidade de Itumbiara, tendo capacidade para processar 80 mil litros/hora de água industrial reutilizada e processar os esgotos sanitários, reduzindo as emissões para a rede pública. A empresa faz o reaproveitamento total dessa água nas próprias plantas, nas torres de resfriamento, limpeza de pisos e jardinagem. A Figura 6 apresenta a fachada da ETE da organização:

Figura 6 - Estação de Tratamento de Efluentes – E.T.E da Caramuru Alimentos S/A – Unidade de Itumbiara – GO.



Fonte: Caramuru (2012).

Em visita à empresa foi possível observar o processo de tratamento de efluentes da empresa, desde a entrada do esgoto bruto até a armazenagem da água reaproveitada na lagoa para a reutilização. A estação de tratamento de efluentes é o local onde passa todo o esgoto da empresa por um tratamento para o reaproveitamento da água. O processo utilizado é o físico-químico, tendo como objetivo fazer todo o processo de filtros dos efluentes para que o resultado final seja água que não polua o meio ambiente. Em conversa com alguns colaboradores na empresa, eles explicaram que a água é reaproveitada para a limpeza e para molhar os jardins.

Com o objetivo de prevenir e reduzir danos ambientais e aperfeiçoar processos, a empresa possui iniciativas para o uso de fontes de energia renováveis, conforme apresenta a figura 7, que a empresa reaproveita o resíduo de bagaço de cana-de-açúcar para a geração de vapor.

Figura 7 - Resíduos de Bagaço de Cana-de-açúcar utilizados na geração de vapor na Caramuru Alimentos S/A – Unidade de Itumbiara - GO



Fonte: Pesquisa de Campo - Branco, L. M. P. de C. (2012).

A figura 7 apresenta o armazenamento do resíduo de bagaço de cana-de-açúcar que a empresa utiliza para geração de vapor e para o processo de extração dos processos industriais. A armazenagem do resíduo fica próxima à estação de efluentes em uma barreira verde com plantação de eucaliptos.

A empresa faz controle dos resíduos sólidos industriais gerados nos processos produtivos através da compostagem. A compostagem é uma forma de tratamento biológico da parcela orgânica do lixo, permitindo uma redução de volumes dos resíduos e a transformação destes em composto que podem ser utilizados na agricultura, como condicionantes do solo. Trata-se de uma técnica importante em razão da composição do lixo nas indústrias (figura 8):

Figura 8 - Controle de Resíduos sólidos na Caramuru Alimentos S/A – Unidade de Itumbiara – GO



Fonte: Caramuru (2012).

A figura 8 apresenta o local de controle dos resíduos sólidos gerados pelo processo produtivo, através da compostagem.

Na visita à empresa foi possível visualizar as caçambas para o controle de resíduos para incineração, distribuídas pela planta da indústria, lixeiras seletivas em todos os setores da empresa, conforme apresentado na figura 9.

Figura 9 - Lixeiras Seletivas na Caramuru Alimentos S/A – Unidade de Itumbiara – GO.



Fonte: Caramuru (2012).

A figura 9 apresenta as lixeiras da coleta seletiva, onde foi possível visualizar os coletores e a suas divisões, como as lixeiras para metais, papéis, plásticos e não reciclados. A separação na fonte evita a contaminação dos materiais reaproveitáveis, aumentando o valor agregado destes e diminuindo os custos de reciclagem.

É muito importante que as organizações tenham programas de coleta seletiva, sendo que para que o projeto tenha eficiência é necessária a conscientização de todos envolvidos no processo. Um programa de coleta seletiva exige dedicação e empenho, devendo englobar pelo menos três etapas: planejamento, implantação e manutenção.

3.2.4 Fornecedores

Na relação com trabalhadores terceirizados a busca por eficiência e baixos custos não pode ferir os direitos trabalhistas.

Através do questionário respondido pelo colaborador (E), foi possível obter algumas informações de que a empresa inclui políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores.

O colaborador (E) afirmou que ao selecionar seus fornecedores (ou desenvolver novos fornecedores), a empresa inclui critérios na prática efetiva de processos éticos de gestão das informações de caráter privado, através de suas relações com clientes ou com o mercado em geral conforme apêndice VI.

O colaborador (E) afirmou que a empresa produz relatório periódico com evidências de que questões relacionadas à responsabilidade social empresarial estão sendo cumpridas e implementadas em sua cadeia produtiva. Além dos relatórios periódicos a empresa discute questões relacionadas à responsabilidade social com seus fornecedores, visando o treinamento e adequação deles aos seus critérios, estabelecendo prazo formal para que os fornecedores entrem em conformidade com seus critérios de responsabilidade social.

Segundo informações do colaborador (E), a empresa conhece em profundidade a origem das matérias-primas, insumos e produtos utilizados em sua produção ou nas operações diárias e tem a garantia de que nessa origem os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados. Adota critérios de compra que consideram a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga. Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa tem como prática proceder periodicamente pesquisa,

verificação e relatórios sobre sua cadeia produtiva, realizando inspeções in loco e exigindo documentação comprobatória da não existência de mão-de-obra infantil.

Tabela 14 – Investimentos com Programas para Fornecedores da Agricultura Familiar da Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011.

Tipos de Programas para Fornecedores da Agricultura Familiar	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Produtores familiares atendidos	664	816	23
Benefício concedido no preço da soja	R\$ 4.471.639,00	R\$ 4.066.843,00	-9
Assistência Técnica/Análise de solos	R\$ 984.083,00	R\$ 1.420.906,00	44
Fornecimento de EPI's	R\$ 26.520,00	R\$ 59.948,00	126
Treinamento realizado com produtores familiares	0	20	

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

A tabela 14 apresenta os investimentos com programas para fornecedores da agricultura familiar, sendo possível verificar que a empresa teve uma redução no benefício concedido no preço da soja de 9%, sendo um ponto negativo para os fornecedores. Analisando os outros indicadores foi possível verificar que a empresa investiu 126% a mais no ano de 2010 em fornecimento de proteção individual, sendo um fator positivo aos seus fornecedores.

Segundo os balanços sociais da empresa alguns treinamentos de fertilizantes e cultura no solo foram realizados através de palestras e divulgações de programas conforme apresentado na tabela 15.

Tabela 15 – Treinamentos de Fertilizantes e Cultura no Campo Realizados pela Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Quantidade De Treinamentos	2010	2011
Palestra: Manejo do Controle do Mofo Branco	158	0
Palestra Segregação de soja não-transgênica	273	0
Palestra Manejo e Conservação do Solo	0	294
Divulgação do Programa Agricultura Familiar Paraná	0	243
Palestra Manejo de Controle dos Nematóides	0	361
Palestra Manejo de Herbicidas na Cultura da Soja	0	76

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

A empresa em estudo possui uma preocupação com seus fornecedores, por esse motivo busca divulgar e oferecer palestras aos seus fornecedores (produtores rurais) sobre o controle de doenças nas lavouras, para melhorar a qualidade dos produtos e aumentar a produtividade das lavouras. A tabela 15 apresenta os números referentes aos treinamentos, de fertilizantes e cultura, que foram oferecidos aos seus fornecedores nos anos de 2010 e 2011.

No ano de 2010 as palestras sobre o Manejo do Controle do Mofo Branco e a Palestra Segregação de soja não transgênica somaram 431 participantes no treinamento. No ano de 2011 houve um aumento no número de treinamentos, pois com a divulgação do programa agricultura familiar do Paraná, participaram 243 produtores. A empresa além dessa divulgação ofereceu mais palestras aos seus fornecedores como as de manejo e conservação do solo, o manejo de controle dos nematoides, e o manejo de herbicidas na cultura da soja, em um total de 731 participantes em palestras no ano de 2011.

3.2.5 Consumidores e Clientes

O cuidado no tratamento aos consumidores, a busca de soluções para problemas e assimilações de sugestões, compõem um quadro que pode contribuir para o aperfeiçoamento das ações. O marketing e a comunicação da empresa não podem-se dissociar da preocupação com a responsabilidade social.

Através do questionário respondido pelo colaborador (F), foi possível obterem-se algumas informações sobre as alterações nas características dos seus produtos e serviços. O colaborador afirmou que a empresa usa o material de comunicação destinado aos consumidores/clientes (rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, em termos de garantia e peças publicitárias, entre outros) para tornar mais transparente o relacionamento e mais seguro o uso de seus produtos, chamando a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.).

Segundo informações obtidas através no questionário apresentado no apêndice VII, respondido pelo colaborador (F), a empresa não tem política formal contra propaganda que coloque qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco, e que não realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios.

Com relação às reclamações de clientes, fornecedores e concorrentes à propaganda, o colaborador (F) afirmou no questionário em apêndice VII, que a empresa não teve, nos últimos três anos, reclamações e que não tiveram campanhas publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada.

Quanto ao seu compromisso com a qualidade dos serviços de atendimento ao consumidor/cliente, a empresa, utiliza a política e as normas de relacionamento com clientes e

consumidores que constam no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa, conforme afirmação do colaborador (F).

A empresa possui um ouvidor do consumidor ou função similar através do serviço de atendimento ao cliente (SAC) para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a seus produtos e serviços. Promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor. Treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas. Adverte continuamente seu profissional de atendimento e áreas correlatas sobre a importância de procedimentos éticos na obtenção, manutenção e uso das informações de caráter privado resultantes da interação com seus consumidores, clientes ou usuários, conforme afirmação do colaborador (F).

O serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa. Ao vender produtos e serviços, utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente. O serviço de atendimento ao consumidor informa as reclamações e críticas que são repassadas para os balanços sociais da empresa.

Os serviços de atendimento ao consumidor não foi apresentado no Balanço Social de 2010, sendo inserido somente no ano de 2011, por esse motivo não foi possível mensurar esse quesito. No ano de 2011 totalizaram-se 693 reclamações e críticas, sendo que 692 reclamações e críticas da empresa e na justiça apenas um (1) processo.

As organizações precisam conhecer os clientes através de suas necessidades, seus anseios, expectativas, buscando ter uma proximidade da empresa com o cliente, através de uma cumplicidade saudável para que possa ter uma continuidade na sustentabilidade dos negócios.

3.2.6 Comunidade

Um ponto importante que deve ser tratado pela empresa em sua relação com a comunidade é o impacto produzido por suas atividades. O apoio a um projeto social precisa ter consistência estratégica e objetivos claros para que a ação seja efetiva (ETHOS, 2006).

A empresa contribui com a comunidade em alguns quesitos como educação, cultura, esportes e outros, conforme balanço social da empresa apresentada na tabela 16.

Tabela 16 – Investimentos com Contribuição com a Comunidade pela Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

Contribuições para a Comunidade	2010	2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Educação	R\$ 100.648,00	R\$ 126.367,00	26
Cultura (música, Teatro)	R\$ 3.480,00	R\$ 95.000,00	2629
Esportes	R\$ 108.106,00	R\$ 280.215,00	159
Saúde e Saneamento	R\$ 237.106,00	R\$ 182.093,00	-23
Combate à fome e segurança Alimentar	R\$ 204.430,00	R\$ 137.547,00	-33
Direito da criança e do Adolescente	R\$ 12.534,00	R\$ 3.527,00	-72
Doações Diversas	R\$ 146.414,00	R\$ -	0,00
Tributos (excluídos encargos sociais)	R\$ 43.473.614,00	R\$ 67.104.000,00	54
Total dos Indicadores Sociais Externos	R\$ 44.286.333,00	R\$ 67.928.749,00	53

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

No ano de 2011 em comparação com o ano de 2010 a empresa realizou investimentos com a comunidade. Os investimentos com cultura tiveram um crescimento no ano de 2011, de 2629%, e no esporte um crescimento de 159%. Analisando a Tabela 16 a empresa deixou de contribuir com o combate à fome e segurança alimentar em 33%, e com o direito da criança e do adolescente houve um decréscimo de 72%. Analisando a tabela 16 pode-se concluir que o total dos indicadores sociais externos da empresa, teve um crescimento em investimento no ano de 2011 de 53% em valores. Segundo a colaboradora (B), como forma de concretizar sua ação social, a empresa utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios. A colaboradora (B) afirmou que a empresa divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados, autorizando o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário de empregados.

Quanto à governança da ação social, a empresa possui um comitê misto, com membros de diferentes áreas, incluindo membros da sociedade credenciados para tratar da área temática em que atua, buscando exercer sua cidadania e interagindo ativamente com instituições de ensino para melhorar a qualificação da mão-de-obra do setor em que atua. A empresa não estimula e nem patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, e não interage com a comunidade acadêmica e científica.

Segundo a Gestora (J) o projeto aprendendo com você, em parceria com a organização Júnior Achievement (ONG), que surgiu nos Estados Unidos, é um projeto que oferece cursos para alunos de escolas de ensino médio beneficiados entre empresas e a Júnior Achievement, sendo que o programa oferece manual do voluntário que é entregue ao

colaborador (voluntário), para ministrar as aulas e o manual do participante para que seja entregue ao aluno.

A colaboradora (H) afirmou que a empresa faz doações aos colaboradores, de material de necessidade, como remédios, aparelhos auditivos e aparelhos ortopédicos. A solicitação é feita através de pedido de ajuda ao departamento de assistência social da empresa, quando o colaborador com problemas de saúde passa por alguma dificuldade financeira. A análise e a aprovação dos pedidos são realizadas pela supervisão de recursos humanos e do setor de atuação do colaborador. Segundo informações da colaboradora (H) geralmente todos os pedidos são aprovados.

Segundo a colaboradora (H) alguns eventos comemorativos são realizados na empresa, com a participação e autorizados pela Gestora (A), que organiza e realiza os eventos como: comemoração ao dia das crianças para distribuição de brinquedos aos filhos de 0 a 11 anos de idade de todos os colaboradores; Dia das Mães; Dia do Caminhoneiro; Dia dos Pais; Dia das Crianças e Dia do Trabalhador.

A colaboradora (H) informou em conversa informal na empresa, que a mesma oferece brinquedos e *kits* escolares aos filhos dos colaboradores. No ano de 2011 em média foram distribuídos 1.400 brinquedos no valor de R\$ 25,00 por unidade. No mês de outubro de é realizado o levantamento nos setores da empresa para verificar a quantidade de *Kits* escolares que serão necessários, sendo que são beneficiados somente os filhos dos colaboradores com idade entre 5 a 18 anos. No começo de cada ano é realizada a entrega dos *kits* no departamento de assistência social mediante a apresentação de escolaridade do filho do colaborador. No mês de Janeiro do ano de 2011 foram entregues 321 *kits* e no mês de Janeiro do ano de 2012 foram 400 *kits*.

As famílias dos colaboradores que desejam conhecer o ambiente de trabalho na empresa podem solicitar a visita da família. Para participar têm que ter mais de 10 anos de idade e fazerem a inscrição na assistência social. Para a comunidade acadêmica, a empresa oferece a visita guiada, que pode ser agendada com a colaboradora na recepção da indústria, desde que tenham idade superior a sete 7 anos e no máximo 40 pessoas.

Os programas sociais que a empresa atua através de programas e parcerias são apresentados na tabela 17.

Tabela 17 – Investimentos com Programas Sociais pela Caramuru Alimentos S/A nos anos de 2010/2011

PROGRAMAS SOCIAIS	Número de Programas Realizados em 2010	Número de Programas Realizados Em 2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Escolas adotadas no programa" Parceiros empresa-escola)	6	3	-50
Número de alunos beneficiados	1.575	1.085	-31
Números de educadores	137	62	-55
Números de Voluntários	106	79	-25
Programa da júnior Achievement		6	100
Escolas atendidas		23	100
Voluntários que atuaram		85	100
Horas disponibilizadas por voluntários		2.287	100
Alunos beneficiados pelos programas da JA		585	100

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

A empresa no ano de 2011 reduziu o número de escolas adotadas no programa “parceiros empresa-escola em 50%, e o número de educadores também foram reduzidos em 55%. No ano de 2011 houve a adoção de 23 (vinte e três) escolas ao programa da júnior Achievement, aumentando o número de escolas atendidas pelo programa para ampliar o número de participantes ao programa e para ter uma melhor participação dos voluntariados .

Em visita à empresa, através de conversa com a colaboradora (J), a mesma apresentou os projetos sociais que estão sendo executados pela organização. A empresa oferece aos colaboradores o programa JA, para os colaboradores que não tenham concluído o ensino médio. Segundo a colaboradora (J), o programa aprendendo com você está em execução para atender as escolas no entorno da empresa, em um bairro carente, as escolas participantes são as escolas Alexandre Arcipretti e Vinícius de Aquino Ramos. Na escola Alexandre Arcipretti o programa com as atividades sociais teve início no de 1998, e na escola Vinícius de Aquino Ramos no ano de 2002, através de parcerias empresa e as escolas. A empresa oferece para os alunos das escolas participantes do programa, aulas culturais e esportivas como aulas de música, capoeira, dança e jiu-jitsu, sendo que o objetivo do programa é diminuir a evasão escolar com aulas extracurriculares.

No município de Itumbiara desde o ano de 2005 é realizada a festa junina “Arraiá Solidário”, promovido pela prefeitura municipal de Itumbiara, com intuito de fomentar e promover, lazer, entretenimento, cultura e turismo à população de Itumbiara e região. A festa junina é realizada na Avenida Beira Rio nas margens do Rio Paranaíba, no município de

Itumbiara, com apresentações artistas, grupos de quadrilhas, praça de alimentação com comidas típicas, casamento comunitário, cavalhadas. A praça de alimentação é composta com muitas barracas de comidas típicas que são organizadas através de entidades filantrópicas, sendo que as verbas conseguidas no final da festa são utilizadas para melhorias na área social das entidades.

Segundo informações no relatório de sustentabilidade de 2011, a empresa como parceira do evento participou com uma barraca com o desdobramento do Programa Aprendendo com Você, para arrecadar recursos financeiros, através do envolvimento dos voluntários (colaboradores) para ajudar as escolas envolvidas nos programas. No ano de 2011, a verba de arrecadação na festa junina arraiá solidário, foi de R\$ 19.000,00 mil reais, sendo que a verba arrecadada, foi dividida igualmente entre as escolas Vinícius de Aquino e Alexandre Arcipretti para uma escola a verba foi utilizada para a reforma de uma quadra, e na outra escola a verba foi utilizada para a construção de espaço para a realização das aulas.

3.2.7 Governo e Sociedade

Os indicadores de geração e distribuição do governo e sociedade, referem-se à descrição de iniciativas da empresa relacionadas a políticas de prevenção e ações implementadas contra práticas de corrupção e propina de interesse público e caráter social.

A participação na geração e distribuição de riquezas com o governo, colaboradores, financiadores e empresa são apresentados na tabela 18, conforme balanços sociais.

Tabela 18 – Demonstrativo da Geração e Distribuição de Riquezas da Caramuru Alimentos nos anos de 2010 e 2011

Origem	Valor distribuído em 2010	Valor Distribuído Em 2011	Indicadores de crescimento/decrécimo (%)
Valor total e distribuído	R\$ 336.871.000,00	R\$ 399.126.000,00	18
Governo	R\$ 67.104.000,00	R\$ 93.332.000,00	39
Colaboradores	R\$ 109.118.000,00	R\$ 82.607.000,00	-24
Financiadores	R\$ 135.448.000,00	R\$ 170.723.000,00	26
Empresa	R\$ 25.201.000,00	R\$ 52.464.000,00	108

Fonte: Pesquisa Balanço Social - Caramuru Alimentos S/A (2012).

No ano de 2011, houve um crescimento de 108% na geração de riquezas da empresa Caramuru em relação ao ano de 2010. Analisando os indicadores na tabela 18 pode verificar que no indicador colaborador houve um decréscimo de 24% no ano de 2011, em comparação

ao ano de 2010, pois os colaboradores não obtiveram o atingimento da participação nos lucros e nos resultados.

CONCLUSÃO

O presente estudo evidenciou a visão dos gerentes sobre as práticas socioambientais na indústria alimentícia no município de Itumbiara no estado de Goiás. As organizações que são grandes geradoras de potencial poluidor podem causar impactos ambientais, econômicos e sociais, uma vez que seus processos podem afetar o meio físico em todas as suas esferas, envolvendo ar, água e solo.

Com o término da pesquisa foi possível identificar que as práticas socioambientais e sustentáveis da empresa estudada estão sendo cumpridas com a legislação ambiental vigente, tendo uma postura de minimizar impactos ambientais e sociais. Além disso, foi possível constatar que a empresa apoia programas de doação e filantropia direcionados ao desenvolvimento e qualidade de vida das comunidades por melhorias ambientais e sociais.

As motivações das organizações da companhia estudada foram identificadas através das ações ecológicas, em contato com concepções de gestão que avançam no tema de responsabilidade social, comparando com o conceito de desenvolvimento sustentável.

Foi identificada a existência de auditoria na empresa com relação ao destino final dos passivos ambientais, abrindo campo para futuras pesquisas sobre quais são para ações de melhorias significativas por parte de todos os setores, do ponto de vista ambiental e pela sociedade.

Com base nos indicadores do Instituto Ethos, a empresa demonstrou que expõe publicamente as suas atividades sobre os aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais, através de material institucional divulgado pela internet para as partes interessadas.

A organização possui a gestão socioambiental como modelo de gestão baseado na ética e no respeito ao ser humano, com a valorização de seus colaboradores, como são exemplos às ações relacionadas com alimentação, previdência privada, cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho.

Sobre as questões ambientais destaca-se que os impactos ambientais gerados pela empresa são mapeados pelos processos para a melhoria da qualidade ambiental. Pode-se concluir que a empresa trabalha com indicadores ambientais, com investimentos para reduzir os recursos naturais como energia elétrica, lenha e realiza tratamento dos resíduos sólidos e líquidos dos processos.

A partir dos resultados da pesquisa, conclui-se que a gestão socioambiental da empresa é um caminho viável, pois ela está buscando práticas socioambientais para promover a sustentabilidade do negócio.

Recomenda-se a empresa em estudo, aderir ao programa de Norma Internacional da série ISO 26000, para que ela possa ter uma evolução no seu sistema de Gestão integrada. Recomenda-se também que ela tenha uma participação ativa no meio acadêmico e científico e patrocine projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia para ter uma interação ativamente com a comunidade acadêmica e científica.

Considerando que esta pesquisa analisou apenas uma empresa, abre-se a possibilidade para a realização de novos estudos, com o mesmo enfoque. A pesquisadora sugere que haja uma reflexão sobre o material exposto, com o intuito de aperfeiçoar as ações estratégicas organizacionais e assim obter uma melhor posição competitiva diante do mercado cada vez mais exigente. Em futuros estudos sugere-se que sejam investigados os clientes, fornecedores, colaboradores e comunidade atendida, para apresentar uma vertente que possibilite comprovar com profundidade a versão dos grupos quanto ao sucesso do modelo de gestão socioambiental.

REFERÊNCIAS

- ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz Antônio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão Socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009. 245 p.
- ANGELIM, Paulo. **Marketing social**. *On-line*. Disponível na Internet <http://www.pauloangelim.com.br/artigos3_uhtml>. Acesso em 20 fev. 2012, 13:00:15.
- ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito Ambiental**. Editora: Lumen Juris, 2006.
- ASHLEY, Patrícia. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva 2002a.
- ASHLEY, Patrícia (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva 2006.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS NORMAS TÉCNICAS – ABNT. NBR14001 Sistema de Gestão Ambiental: especificações e diretrizes para o uso. Rio de Janeiro: ABNT, 1996.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS NORMAS TÉCNICAS – ABNT. NBR 26000. Sistema de Responsabilidade Social: Diretrizes sobre a Responsabilidade Social. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.
- BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos modelos e instrumentos**. 2. Ed. Atual e ampliada. São Paulo: Ed. Saraiva. 2007.
- _____. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 1. Ed. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BELLEN, Hans Michael Van. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora, FGV, 2006.
- BOVESPA (São Paulo). **Índice de sustentabilidade empresarial**. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/Pdf/Indices/ISE.pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2012, 14:00:00.
- CAMPOS, Lucila Maria de Souza. **Auditoria ambiental: uma ferramenta de gestão**. São Paulo: Atlas, 2009.
- CAJAZEIRA, Jorge; BARBIERI, José. **A nova norma ISO 14001: Atendendo à demanda das partes interessadas**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração de empresas de São Paulo, 2004.
- COBRA, Marcos. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- COMISSÃO MUNDIAL PARA O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso Futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CONFERENCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Agenda 21. 3. ed. Brasília: Senado Federal, 2001.

CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE. Disponível em <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiano.cfm?codlegitipo=3>. Acesso em: 14 Abr. 2012, 15:00:00.

CORRÊA, Stela Cristina Hott. **Projetos de responsabilidade social: a nova fronteira do marketing** na construção da imagem institucional. COPPEAD/ UFRJ. Rio de Janeiro. (Dissertação de Mestrado), 1997.

CRUZ, Breno de P. A.. Ensinando responsabilidade social para administradores: um enfoque gerencial contextualizado às características brasileiras. **3Es**. IV Encontro de Estudos em Estratégia – Recife/ PE, 21 a 23 de junho de 2009.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade Social: fundamentos e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

DONAIRE, Denis. A internalização da gestão ambiental na empresa. **Revista de Administração USP**, São Paulo, v.31, n.1, p. 44-51, jan./mar.1996.

ESTIGARA, Adriana et al. **Responsabilidade social e incentivos fiscais**. São Paulo: Atlas, 2009.

FONTELES, José Osmar. **Turismo e impactos socioambientais**. São Paulo: Aleph, 2004.

GIL, Antonio Carlos. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ed. São Paulo: Ed. Atlas. 1999. p. 206.

GUEDES, Antônio Carlos de Almeida. CARVALHO, Roberto Luís da Silva Carvalho; SOUZA, Marcos Aguiar de Souza; FILHO, Edson Alves Souza. A representação social da responsabilidade social corporativa. **Psicol. Argum.**, Curitiba, v. 27, n. 58, p. 241-252, jul./set. 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sinopse de censo 2010. Disponível em: <http://www.Ibge.gov.br/sinopse>. Acesso em: 10 mai.2012, 08:32:10.

INSTITUTO MAURO BORGES. Estado de Goiás. Disponível em http://www.seplan.go.gov.br/sepin/goias.asp?id_cad=6000. Acesso em: 20 jan. 2012, 16:38:15.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em <http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang>. Acesso Em: 09 de ago. 2011, 10:12:00.

KINLAW, Denis C. **Empresa competitiva & ecológica: desempenho sustentado na era ambiental**. São Paulo: Makron Books, 1997.

KOTLER, Philip.; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 7. ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil Ltda, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implantação e controle. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e prática da pesquisa. Petrópolis, Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1997. 180p.

LA ROVERE, Emílio Lebre (Coordenador). **Manual de auditoria ambiental**. Rio de Janeiro: Qualitymark, ed., 2001.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental** - sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis-RJ: Vozes, 2001.

_____. **Ecologia, Capital e Cultura**: racionalidade ambiental, democracia participativa e desenvolvimento sustentável. Blumenau: Edifurb, 2000.

MACHADO, Márcio A. V.; MACHADO, Márcia R.. Responsabilidade social impacta o desempenho financeiro das empresas? **IX Congresso USP de 2009**. Disponível em: <<http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos92009/148.pdf>>. Acesso em 19 fev. 2011.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J.B.; GHOSHAL, S. **O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman. 2006.

Modelo de entrevista adaptado pela pesquisadora com base em Viterbo Jr.. Disponível em <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/11344/11344_8.PDF>. Acesso em: 06 Jun. 2011, 9:30:00.

MORETTI, Telma. **Ferramenta de auto-avaliação e planejamento**: indicadores Ethos-Sebrae de responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.

MOURA, Liz Antônio Abdalla de. **Qualidade e gestão ambiental**: sugestões para implantação das Normas ISO 14000 nas Empresas. 3. Ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2002.

NASCIMENTO, L.F.; LEMOS, Â.D. da C.; MELLO, M.C.A. de: **Gestão Socioambiental Estratégica**. Porto Alegre: Bookman. 2008.

PERES Waldir Romero; BAHADIAN, Silvia Moreira; VIEIRA, Ariane Carneiro; SILVA, Elmo Rodrigues da . As normas da Série ISO 14.000: contexto histórico e análise crítica. Congresso Nacional de Excelência em Gestão, VI., 2010, Niterói Anais Eletrônico. Disponível em <http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg6/anais/T10_0240_1073.pdf>. Acesso em: 20 set, 2011, 14:30:00.

PORTER, Michael Eugene; KRAMER, Mark R. **Estratégias e sociedade**: o elo entre vantagem competitiva e responsabilidade social empresarial. Harvard Business Review Brasil, p. 52-66, dez 2006.

PORTER, Michael Eugene. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. 20 ed., Rio de Janeiro: Campus, 1989.

REGIO, Silvania H.. A publicação do balanço social das empresas e sua influencia na cotação de ações negociadas na Bovespa. In: INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade social das empresas: contribuição das universidades**. Vol.5, 2006, p. 253-294.

REIS, Carlos Nelson dos. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. São Paulo: Atlas, 2007.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social**. São Paulo: Atlas, 2009.

ROBLES JÚNIOR, A. **Custos da qualidade: aspectos econômicos da gestão da qualidade e da gestão ambiental**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ROSSETTI, Eraida Kliper. **Gestão Ambiental: eco eficiência a caminho da sustentabilidade: o caso do segmento moveleiro da serra gaúcha**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Caxias do Sul. Abril de 2008. 120p.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento sustentável, bioindustrialização descentralização e novas configurações rural-urbanas. Os casos da Índia e do Brasil. In: Vieira, P. F.: Weber, J. (Orgs.). **Gestão de recursos naturais renováveis e desenvolvimento: novos desafios para a pesquisa ambiental**. São Paulo: Cortez, 1997.

SAVITZ Andrew W. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2007. 288p.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SEBRAE. **Serviço de Apoio ao Micro e Pequeno empresário**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp>>. Acesso em 10: fev. 2011, 20h00.

SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS HIDRICOS DE GOIAS. Disponível: em http://www.semarh.goias.gov.br/site/principal/index.php?page=servicos_licenciamento&vali=122e62652ddb2d1072e11ee99a991c. Acesso em 15 de Abril de 2012, as 00:44 horas.

SEIFFERT. Mari Elizabete Bernardini. **Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental**. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **ISO 14001: Sistemas de gestão ambiental**. 2ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SEFAZ. Secretária da Fazenda do estado de Goiás. Disponível em <<http://aplicacao.sefaz.go.gov.br/index.php?idMateria=106541>>. Acesso em 10 de Agosto de 2011 as 11:32 horas.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira.** 6. ed. Revista e ampliada. 3. Reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Gestão Ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

TAVARES Jr., J. M. **Uma aplicação da metodologia de análise do valor na verificação dos valores ambientais do processo produtivo numa empresa do setor cerâmico catarinense.** Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço Social: uma abordagem da responsabilidade pública das organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

VALLE, C. E. **Qualidade ambiental: ISO 14000.** 4º ed. Ver. e ampl. Editora SENAC São Paulo, 2000.

_____. **Qualidade Ambiental: como ser competitivo protegendo o meio ambiente: como se preparar para as norma ISO 14000.** São Paulo. Ed. Pioneira, 1995.

_____. **Como se preparar para as normas ISO 14000: Qualidade Ambiental** 2º ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

_____. **Qualidade Ambiental: ISO 14000.** São Paulo: SENAC, 2002.

VIDIGAL, Adriana ETA al. **Responsabilidade Social.** São Paulo: Atlas, 2009.189p.

VITERBO Jr., Ênio. **A Responsabilidade Sócio-ambiental na Indústria Química Brasileira.** Dissertação de Mestrado – Pontifca Universidade Católica do Rio de Janeiro. Agosto de 2007.143p. Disponível em: < http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/biblioteca/php/mostrateses.php?open=1&arqtese=0510908_07_Indice.html> . Acesso em 15 mai.2011, 15:00:00.

_____. **Sistema Integrado de Gestão Ambiental: como implementar um sistema de gestão que atenda a norma ISO 14001, a partir de um sistema baseado na norma ISO 9000.** São Paulo: Aquariana, 1998.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2º ed. Ed. Porto Alegre: Bookman. 2001.

APÊNDICE I

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A DIRETORA (A) DA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA

Caracterização da Organização

1. Qual a formação do capital da empresa?
2. Qual é a quantidade de funcionários atualmente?
3. Nos últimos 5 anos houve um aumento significativo no quadro de colaboradores na empresa? Qual o percentual?

CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-AMBIENTAL

4. Quais são os fatores que motivaram a organização a priorizar os temas proteção ao meio ambiente e responsabilidade social empresarial, segundo o grau de importância?
5. Quais são as certificações obtidas por sua organização? Quando obteve a certificação?
6. Existe alguma preocupação da organização em disseminar os resultados referentes ao meio ambiente e responsabilidade social empresarial para funcionários, clientes e partes interessadas? Caso positivo justifique a sua resposta?
8. Começando pela alta administração, as lideranças estão comprometidas com a melhoria ambiental e apoiando as iniciativas de responsabilidade social empresarial?
9. A indústria realizou nos dois últimos anos investimentos associada à gestão socioambiental? Caso afirmativo, segundo o grau de importância, poderia enumerar os principais investimentos associados à gestão ambiental.
10. Quais as razões para a adoção de práticas de Gestão socioambiental?
11. Existe um responsável pela gestão Ambiental, na indústria? Caso afirmativo, quem é o responsável?
12. Houve algum ganho econômico com a adoção de medidas ou programas de proteção ambiental? Caso afirmativo. Qual o percentual sobre o faturamento?
13. A indústria faz investimentos em Responsabilidades sociais? Caso positivo comente os principais investimentos?
14. A indústria alimentícia possui incentivos do governo para melhorar as ações socioambientais? Caso afirmativo, qual o tipo de incentivo?
15. Existe auditoria interna e externa na empresa com relação à questão do destino final dos passivos ambientais?

16. Os resultados das auditorias são considerados satisfatórios para a indústria? Se negativo, quais os motivos para o não se atingir os objetivos?
17. Houve perda de mercado/oportunidade de vendas pelo fato da indústria não estar empregando as práticas ambientais exigidas por alguns clientes/mercado?
18. A indústria investe em ações ecológicas? Caso afirmativo, segundo a ordem de importância, poderia enumerar as ações ecológicas que a indústria implementa?
19. Em sua opinião o progresso na gestão ambiental é creditado ao programa Atuação Responsável, as exigências da legislação ou à norma ISO 14001?
20. Até que ponto as lideranças estão comprometidas com a melhoria ambiental e apoiam claramente as iniciativas sociais na organização?
21. O estilo de gestão suporta a participação dos colaboradores nas atividades de proteção ambiental e de responsabilidade social?
22. A organização estimula a participação de seus colaboradores em programas sociais?
23. Existe orçamento definido para participação nesse tipo de programas?
24. O compromisso com o meio ambiente e com a responsabilidade social provoca algum reflexo positivo sobre as vendas da organização?
25. Até que ponto o compromisso com o meio ambiente influencia a imagem da empresa?
26. O compromisso com a Responsabilidade Social Empresarial está associado ganhos na imagem corporativa? É praticado o “marketing social”?

APÊNDICE II

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (A).

VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA
Indicador 1 - COMPROMISSOS ÉTICOS
<p>A empresa</p> <p>1.1. Expõe publicamente seus compromissos éticos por meio de material institucional, pela internet ou de outra maneira adequada às suas partes interessadas. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p>
Indicador 2 - Governança Corporativa
<p>Com relação à estrutura organizacional e práticas de governança corporativa</p> <p>A alta direção da empresa:</p> <p>2.1. conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica dos seus integrantes. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>2.2. para nomear membros do conselho de administração ou consultivo, leva em consideração habilidades, conhecimentos, especialização e independência para orientar o direcionamento estratégico da organização, incluindo questões relativas a oportunidades e riscos ambientais e sociais, e monitorar a atuação dos gestores (diretoria). (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>2.3. utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>2.4. inclui o respeito aos direitos humanos como critério formal em suas decisões de investimento e aquisição. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>2.5. orienta suas operações em concordância com a declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p>

APÊNDICE III

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Coordenador (B).

Indicador 3 - Balanço Social
<p>Com relação à elaboração de relatório sobre os aspectos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades, a empresa:</p> <p>3.1. as informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.2. as informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.3. no processo de elaboração do balanço social, a empresa envolve pelo menos quatro das seguintes partes interessadas: comunidade, público interno, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral (por meio, por exemplo, de contatos com organizações de defesa do meio ambiente, sindicatos, entidades voltadas para a saúde pública ou defesa dos direitos humanos etc.). (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.4. a empresa incorpora no balanço social críticas, sugestões e depoimentos de partes interessadas. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.5. o processo de divulgação do balanço social contempla pelo menos quatro das seguintes partes interessadas: público interno, comunidade, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.6. a empresa expõe na internet dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.7. a empresa contempla em seu balanço social dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza – a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.8. os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p>
<p>Ao produzir o balanço social a empresa leva em consideração os princípios de:</p> <p>3.9. Inclusão (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.10. Relevância e Materialidade (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.11. Abrangência (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.12. Equilíbrio (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.13. Comparabilidade (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.14. Exatidão (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.15. Periodicidade (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.16. Clareza (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>3.17. Confiabilidade (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p>

APÊNDICE IV

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (C).

PÚBLICO INTERNO			
Indicador 4 - Relações com Sindicatos			
Quanto à participação de empregados em sindicatos e ao relacionamento com seus representantes:			
A empresa:			
4.1. fornece informações que afetem os empregados em tempo hábil para que o sindicato e os empregados se posicionem. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não			
4.2. possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não (possuímos convenção coletiva)			
4.3. possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não (Toda Diretoria do Sindicato são colaboradores da Empresa)			
4.4. caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto de sindicatos dessas regiões um patamar mínimo de benefícios comuns. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não			
4.5. disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres da categoria, tais como dissídio, contribuições sindicais. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não			
Indicador 5 - Valorização da Diversidade			
	2009	2010	2011
5.1. Percentual de pessoas com deficiência na empresa			
5.2. Percentual de pessoas com deficiência em cargos executivos			
5.3. Percentual de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia			
O número de pessoas com deficiência passou a ser mensurado a partir de 2012 onde o 5.1= 7%, no 5.2= 0; e no 5.3= 0,30%			
Indicador 6 - Política de Remuneração, Benefícios e Carreira			
6.1. O plano de cargos e salários da empresa é transparente e é abordado em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não			
O programa de participação nos resultados da empresa, caso o possua:			
6.2. realiza pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim Pesquisa de clima (<input type="checkbox"/>) Não			
Indicador 7 - Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho			
7.1 A empresa foi certificada pela norma SA800031, pela BS 880032, pela OHSAS 1800133 ou por norma equivalente. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não			
7.2. oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não			
7.3. oferece programa específico para portadores de HIV/aids. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não			
7.4. o código de conduta da empresa possui uma política de respeito à privacidade de seus empregados no que se refere a informações sensíveis (inclusive médicas) obtidas e mantidas sob responsabilidade da área de recursos humanos. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não			
7.5. possui normas e processos para combater situações de assédio moral, os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de			

<p>fatos. <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>7.7. promove exercícios físicos no horário de trabalho. <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>7.8. promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de call center). <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>7.9. possui programa de orientação alimentar e nutricional. <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não</p>
Indicador 8 - Comportamento nas Demissões
<p>Para conduzir processos de demissões, a empresa:</p> <p>8.1. teve reclamações trabalhistas relacionadas à demissão nos últimos três anos. <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não</p> <p>8.2. acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador. <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>
Indicador 9 - Preparação para a Aposentadoria
<p>Visando preparar seus empregados para a aposentadoria, a empresa:</p> <p>9.1. Oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados. <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>9.2. Participa ou apoia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos. <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não</p>

APÊNDICE V

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (D).

MEIO AMBIENTE
<p style="text-align: center;">Indicador 10 - Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental</p> <p>Para tratar com a devida relevância e responsabilidade os impactos ambientais resultantes de suas atividades, a empresa:</p> <p>10.1. a política ambiental é formal, de conhecimento de todos os empregados e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>10.2. tem uma pessoa responsável pela área de meio ambiente que participa de suas decisões estratégicas. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>10.3. participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>10.4. contribui para a preservação da biodiversidade por meio de políticas específicas, projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados. (<input type="checkbox"/>)Sim (<input checked="" type="checkbox"/>)Não</p> <p>10.5. tem política explícita de não-utilização de materiais e insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais (como madeira, produtos florestais não-madeireiros, animais etc.). (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>10.6. dispõe de processos para mapeamento e análise sistêmica para a melhoria da qualidade ambiental. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p>
<p style="text-align: center;">Indicador 11 - Educação e Conscientização Ambiental</p> <p>Visando contribuir para a conscientização da população quanto aos desafios ambientais decorrentes da atividade humana e cultivar valores de responsabilidade ambiental, a empresa:</p> <p>11.1. desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>11.2. desenvolve periodicamente campanhas internas de educação com base nos 3 Rs. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>11.3. desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p>
<p style="text-align: center;">Indicador 12 - Gerenciamento dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços</p> <p>Considerando os impactos ambientais causados por seus processos e produtos ou serviços, a empresa:</p> <p>12.1. possui plano de emergência ambiental, que relaciona todos os seus processos e produtos ou serviços que envolvam situações de risco, e treina seus empregados regularmente para enfrentar tais situações. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>12.2. possui política e sistema de monitoramento visando o aumento da qualidade ambiental da logística e gestão de frota (tanto para os veículos da empresa quanto para os de seus contratados). (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>12.3. possui programa de gerenciamento de resíduos com a participação do cliente, como para a coleta de materiais tóxicos ou a reciclagem pós-consumo. (<input type="checkbox"/>)Sim (<input checked="" type="checkbox"/>)Não</p> <p>12.4. fornece aos consumidores e clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos. (<input type="checkbox"/>)Sim (<input checked="" type="checkbox"/>)Não</p>

- 12.5. discute com empregados, consumidores e clientes, fornecedores e a comunidade os impactos ambientais causados por seus produtos ou serviços. ()Sim (x) Não
- 12.6. prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental. (x)Sim () Não
- 12.7. possui certificações ambientais, como a ISO14001 e etc. (x)Sim () Não

Indicador 13 - Sustentabilidade da Economia Florestal

Com o objetivo de contribuir com a conservação das florestas e combater sua exploração ilegal e predatória, bem como proteger a biodiversidade, a empresa:

- 13.1. realiza visitas programadas ou eventuais para realizar monitoramento da origem ou da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais que utiliza. (x)Sim () Não
- 13.2. incentiva seus fornecedores a buscar a certificação florestal. (x)Sim () Não
- 13.3. prioriza e apóia os fornecedores engajados na busca da sustentabilidade das florestas. (x)Sim () Não

Indicador 14 - Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

Com o objetivo de prevenir e reduzir danos ambientais e otimizar processos, a empresa:

- 14.1. possui iniciativas para o uso de fontes de energia renovável. (x)Sim () Não
- 14.2. mantém ações de controle da poluição causada por veículos próprios e de terceiros a seu serviço. (x)Sim () Não

A empresa possui sistema de monitoramento com metas específicas para:

- 14.3. o aumento da eficiência energética. (x)Sim () Não
- 14.4. a redução do consumo de água. (x)Sim () Não
- 14.5. a redução da geração de resíduos sólidos. (x)Sim () Não
- 14.6. a redução da emissão de CO2 e outros gases do efeito estufa na atmosfera. (x)Sim () Não

	2009	2010	2011
14.7. Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)	573.679	3.121.752	1.038.460
14.8. Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental	0,003%	0,002%	0,0005%
14.10. Volume médio anual de CO2 e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera (em toneladas)	Não mensurado	Não mensurado	Não mensurado

APÊNDICE VI

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (E).

FORNECEDORES
<p>Indicador 15 - Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores</p> <p>Para regular suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:</p> <p>15.1. inclui as políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.2. ao selecionar fornecedores (ou desenvolver novos fornecedores), inclui como critério a prática efetiva de processos éticos de gestão das informações de caráter privado obtidas em suas relações com clientes ou com o mercado em geral. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.3. possui política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de fornecedores. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.4. produz relatório periódico com evidências de que questões relacionadas à responsabilidade social empresarial estão sendo cumpridas e implementadas em sua cadeia produtiva. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.5. discute questões relacionadas à responsabilidade social com seus fornecedores, visando o treinamento e adequação deles a seus critérios. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.6. estabelece prazo formal para que os fornecedores entrem em conformidade com seus critérios de responsabilidade social. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.7. ao exigir práticas de responsabilidade social de seus fornecedores, são realizadas visitas de inspeção dessas práticas. (<input type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.8. conhece em profundidade a origem das matérias-primas, insumos e produtos utilizados em sua produção ou nas operações diárias e tem a garantia de que nessa origem os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p> <p>15.9. adota critérios de compra que consideram a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p>
<p>Indicador 16 - Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva</p>
<p>Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:</p> <p>16.1. tem como prática proceder periodicamente pesquisa, verificação e relatórios sobre sua cadeia produtiva, realizando inspeções in loco e exigindo documentação comprobatória da não-existência de mão-de-obra infantil. (<input checked="" type="checkbox"/>)Sim (<input type="checkbox"/>)Não</p>

APÊNDICE VII

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaboradora (F).

CONSUMIDORES E CLIENTES
Indicador 17 - Política de Comunicação Comercial
<p>Considerando a influência de sua política de comunicação comercial na criação de uma imagem de credibilidade e confiança, a empresa:</p> <p>17.1. atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores/clientes (rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia e peças publicitárias, entre outros) para tornar mais transparente o relacionamento e mais seguro o uso de seus produtos. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.2. chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.). (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.3. tem política formal contra propaganda que coloque crianças, adolescentes, negros, mulheres ou qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.4. realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.5. possui políticas específicas para assegurar que a comunicação voltada para o público infante-juvenil seja responsável. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.6. interage com seus fornecedores e distribuidores estimulando-os a adotar uma postura responsável em relação à comunicação voltada para o público infante-juvenil. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.7. realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com a Declaração Universal dos Direitos Humanos. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.8. teve, nos últimos três anos, alguma campanha ou peça de comunicação como objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>17.9. nos últimos três anos, teve campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada. (<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p>
Indicador 18 - Excelência no Atendimento
<p>Quanto a seu compromisso com a qualidade dos serviços de atendimento ao consumidor/cliente, a empresa:</p> <p>18.1. A política e as normas de relacionamento com clientes e consumidores constam no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>18.2. possui um ouvidor do consumidor ou função similar. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>18.3. oferece serviço de atendimento ao cliente (SAC) ou outra forma de atendimento especializado para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a seus produtos e serviços. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>18.4. promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>18.5. treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>18.6. adverte continuamente seu profissional de atendimento e áreas correlatas sobre a importância de procedimentos éticos na obtenção, manutenção e uso das informações de caráter privado resultantes da interação com seus consumidores, clientes ou usuários. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim (<input type="checkbox"/>) Não</p> <p>18.7. o serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem</p>

representação nos processos de tomada de decisão da empresa. ()**Sim** () **Não**

18.8. ao vender produtos e serviços, utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente. ()**Sim** () **Não**

18.9. possui política explícita de não-suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços. ()**Sim (código de Conduta)** () **Não**

18.10. possui uma política formal de proteção à privacidade e/ou um sistema de gestão das informações privadas do consumidor, cliente ou usuário. ()**Sim** () **Não**

18.11. informa ao cliente o propósito da coleta de informações pessoais antes de fazê-la.
()**Sim** () **Não Pesquisa interna de clima e/ou atendimento ao cliente (SAC)**

APÊNDICE VIII

Modelo proposto de Questionário sobre a Responsabilidade Socioambiental baseado nos Indicadores Ethos (2011). Participante: Colaborador (B).

COMUNIDADE
<p style="text-align: center;">Indicador 19 - Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno</p>
<p>Considerando seus possíveis impactos na vida da comunidade (demanda sobre centros de saúde e lazer, creches, transporte público, tráfego de veículos etc.), a empresa:</p> <p>19.1. reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>19.2. possui políticas de relacionamento com a comunidade de entorno contempladas em seu código de conduta e/ou na declaração de valores. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>19.3. participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>19.4. tem programa para empregar, na medida do possível, o maior número de moradores do local em que está inserida, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação daquela comunidade, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes da comunidade ou autoridades públicas competentes. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p>
<p style="text-align: center;">Indicador 20 - Relações com Organizações Locais</p>
<p>Com relação às organizações comunitárias, ONGs e equipamentos públicos (escola, postos de saúde etc.) presentes no seu entorno, a empresa:</p> <p>20.1. faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim () Não</p> <p>20.2. realiza na comunidade, em conjunto com organizações locais, campanhas educacionais e/ou de interesse público. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim () Não</p>
<p style="text-align: center;">Indicador 21 - Financiamento da Ação Social</p>
<p>O financiamento da ação social da empresa é baseado em:</p> <p>21.1. inclui a ação social e seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>21.2. possui mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outras partes interessadas a fazer doações financeiras. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p> <p>21.3. utiliza especialistas no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim () Não</p> <p>21.4. planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim () Não</p> <p>21.5. otimiza o impacto da sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou a participação de órgãos públicos. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim () Não</p> <p>21.6. tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social, monitorando-a por meio de indicadores de desempenho. () Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não</p>
<p style="text-align: center;">Indicador 22 - Envolvimento com a Ação Social</p>
<p>Como forma de concretizar sua ação social, a empresa:</p> <p>22.1. utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios. (<input checked="" type="checkbox"/>) Sim () Não</p> <p>22.2. divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, oferecendo oportunidades de</p>

trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados. ()Sim () Não
 22.3. autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário de empregados.

() Sim () Não

Quanto à governança da ação social, a empresa:

22.4. possui um conselho ou comitê misto, com membros de diferentes áreas da empresa ou do grupo empresarial, incluindo membros da sociedade credenciados para tratar da área temática em que atua. ()Sim () Não

GOVERNO E SOCIEDADE

Indicador 23 - Construção da Cidadania pelas Empresas

Em relação ao seu papel na construção da cidadania, a empresa:

23.1. estimula seus empregados a avaliar e controlar a atuação dos eleitos. ()Sim () Não

Indicador 24 - Liderança e Influência Social

Buscando exercer sua cidadania por meio de associações e fóruns empresariais, a empresa:

24.1. interage ativamente com instituições de ensino de todos os níveis a fim de elaborar propostas para melhorar a qualificação da mão-de-obra do setor em que atua. ()Sim () Não

24.2. estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica. ()Sim () Não

APÊNDICE IX

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado para participar, como voluntário, em uma pesquisa. Após ser esclarecido sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável. Em caso de recusa você não participará da pesquisa e não será penalizado de forma alguma.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

Título do Projeto: Gestão Socioambiental: Estudo de Caso em Empresa Alimentícia de Grande Porte no Município de Itumbiara-GO

Pesquisador Orientador: Dr. Ricardo Luiz Machado

Pesquisadores participantes: Lucivone Maria Peres de Castelo Branco - telefone para contato 9090 (64) 3495-7906.

Telefones para contato: CEP-UniEVANGÉLICA – (62) 3310 6736, em caso os participantes se sintam prejudicados.

O objetivo desta pesquisa é investigar se esta empresa possui práticas de preservação ambiental em favor da sociedade (práticas socioambientais e sustentáveis). Esta pesquisa será realizada em 4 (quatro) empresas alimentícias desta cidade.

Caso seja de interesse da empresa e de seu interesse como gestor participar da pesquisa você responderá um questionário que levará em média 60 minutos, o instrumento de coleta de dados foi baseado na dissertação de mestrado de Ênio Viterbo Júnior. Logo após será entrevistado, sendo que essa entrevista terá no máximo 30 minutos de duração no seu ambiente de trabalho de acordo com a sua disponibilidade de data e o horário, sendo que a entrevista será registrada em gravador de voz. Caso seja autorizado, a empresa será fotografada.

A pesquisa envolve os seguintes riscos: Caso você queira participar da pesquisa tenha disponibilidade e tempo para participar de todas as etapas no mesmo dia poderá ser remarcado outra data e também o constrangimento da empresa não ter as políticas de proteção ao meio ambiente, podendo então desistir a qualquer momento, durante a realização da pesquisa.

Com relação aos benefícios para com o sujeito, eles serão enormes. Além de participar de todo o processo para fornecer os dados, aumentando os conhecimentos do processo, no final terão um trabalho, que poderá contribuir para a melhoria da gestão da gestão socioambiental nas indústrias pesquisada, visando à prevenção do meio ambiente e a



responsabilidade social como indicador de controle e sustentabilidade empresarial. Os benefícios serão garantidos através de uma parceria de compromisso e respeito entre pesquisadores e empresas.

Os dados serão coletados para desenvolver dissertação do Mestrado em Sociedade Tecnologia e Meio da Universidade UniEvangélica, sendo publicados em revistas, o nome dos gestores/empresas serão substituídos por letras A, B, C, D, e ficarão guardados por 5 (cinco) anos em poder dos pesquisadores, e após esse período serão destruídos. Em caso de haver desconforto por parte de algum sujeito, este poderá procurar a pesquisadora em qualquer momento para que o problema seja sanado.

Itumbiara, 18 de Julho de 2012. Lucivone Maria Reis de los
Pesquisador Responsável. BR

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO SUJEITO

Eu, Margareti Silvana Scarpellini, abaixo assinado, concordo voluntariamente em participar do estudo acima descrito, como sujeito. Declaro ter sido devidamente informado e esclarecido pelo pesquisador Lucivone M. Reis de los sobre os objetivos da pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios envolvidos na minha participação.

Foi-me dada a oportunidade de fazer perguntas e recebi telefones para entrar em contato, a cobrar, caso tenha dúvidas. Fui orientado para entrar em contato com o CEPUniEVANGÉLICA (fone 3310 6736), caso me sinta lesado ou prejudicado. Foi-me garantido que não sou obrigado a participar da pesquisa e posso desistir a qualquer momento, sem qualquer penalidade. Recebi uma cópia deste documento.

Autorizo utilizar fotografias da empresa nesta pesquisa científica.

Sim () Não

Itumbiara, 18 de Julho de 2012. Scarpellini
Assinatura do gestor.