

[Trabalho 2616]
APRESENTAÇÃO ORAL

MARCOS JOSÉ ALMEIDA MATIAS¹; LEONARDO FRANCISCO FIGUEIREDO NETO²; GUILHERME CUNHA
MALAFAIA³; WLADIMIR MACHADO TEIXEIRA⁴.
1,2,4. UFMS, CAMPO GRANDE - MS - BRASIL; 3. EMBRAPA, CAMPO GRANDE - MS - BRASIL;

A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES DA CADEIA DA BOVINOCULTURA DE CORTE: UM LEVANTAMENTO EM INDÚSTRIAS FRIGORÍFICAS.

Grupo de pesquisa: Agropecuária, Meio-Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.

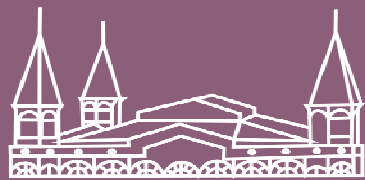
Resumo

O presente artigo aborda a responsabilidade socioambiental organizacional na cadeia da bovinocultura de corte no subsistema de industrialização. O objetivo deste estudo é levantar como empresas pertencentes à Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC), têm tratado o tema responsabilidade socioambiental, analisando os programas sociais e ambientais declarados em suas *home pages*. Verificando dessa forma a transparência nas estratégias e programas voltados para o alcance da responsabilidade socioambiental nessas organizações. Foi realizado um estudo exploratório baseado em uma pesquisa documental junto às dez organizações integradas à Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC). Os resultados evidenciam que as organizações pesquisadas estão cientes da importância da responsabilidade socioambiental, impulsionadas pelo mercado e regidas por leis de proteção ambiental.

Palavras-chave: Cadeia produtiva da bovinocultura de corte, responsabilidade socioambiental; gestão ambiental.

Abstract

This article addresses social and environmental organizational responsibility in the beef cattle chain in the industrialization subsystem. The objective of this study is to investigate how companies belonging to the Association of Brazilian Beef Exporters (ABIEC), have dealt with the environmental responsibility matter, analyzing the social and environmental programs declared on their home pages. There by assessing the transparency in strategies and programs to achieve environmental responsibility in these organizations. We conducted an exploratory study based on documentary research along ten organizations integrated into the Association of Brazilian Beef Exporters (ABIEC). The results show that the organizations surveyed are aware of the importance of environmental responsibility, impelled by the market and conducted by environmental protection laws.



Key words: *Beef cattle chain, environmental responsibility, environmental management.*

1. INTRODUÇÃO

O modelo de desenvolvimento econômico, implantado no mundo vem proporcionando, ao longo das últimas décadas, importantes transformações em seus variados ambientes naturais. Existem inúmeras ações empreendidas com o objetivo de ajustar as características do ecossistema Terra às demandas e desejos da humanidade, as quais são causadoras de impactos negativos nas esferas ambiental e social (VIOLA *et al.*, 1998).

As organizações estão apreensivas com as questões ligadas ao ambiente, não só a seu papel em apressar a mudança cultural necessária por parte dos indivíduos, mas também ao fato que esse tema interfere diretamente em sua sustentabilidade e produtividade (KRUGLIANKAS, 1993).

E essas questões ligadas ao ambiente que determinam as alternativas que influirão nas decisões das organizações e ao mesmo tempo, afeta o sistema de valores que fornece os parâmetros para avaliação das alternativas. Concomitantemente, as organizações, seja no nível individual, sejam no nível coletivo, estão atuando e alterando o ambiente dos negócios. Este fato é que torna tão importante para o administrador a posse de um aguçado senso de responsabilidade social, visto que suas decisões extrapolam as considerações meramente econômicas (DONAIRE, 1997).

No contexto da economia rural brasileira, encontramos em destaque a bovinocultura de corte que é composta por um conjunto de agentes heterogêneos: de pecuaristas altamente capitalizados a pequenos produtores empobrecidos, de frigoríficos com alto padrão tecnológico, os quais atendem as exigências do mercado externo, a abatedouros que mal preenchem os requisitos mínimos da legislação sanitária brasileira (BUAINAIN E BATALHA, 2007). Segundo os autores a importância aumenta quando as cadeias são expostas à competição internacional e especialmente às crescentes pressões de consumidores, e estendendo-se a percepção de que existem vários atores ao longo da cadeia que contribuem ou interferem de algum modo na terminação do produto.

A bovinocultura de corte foi o terceiro setor de maior exportação, com a exportação de carnes o setor alcançou US\$ 15,64 bilhões, o que representou 14,8% de expansão em relação a 2010. Esse crescimento ocorreu em função da elevação de 16,6% no preço médio do produto, o que compensou uma queda de 1,6% na quantidade exportada em relação a 2010. O setor foi responsável por 16,5% do montante total das vendas externas do agronegócio em 2011 (MAPA, 2012).

Um dos fatos que faz com que a Gestão Ambiental, uma nova concepção da Administração, ser um importante instrumento gerencial para capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja o seu segmento econômico (TACHIZAWA, 2002).

Vale ressaltar que atualmente, com mercados cada vez mais competitivos, o conhecimento destes fatores se torna primordial na busca pela vantagem competitiva pelas organizações. E, uma vez que as atividades de produção e comércio promovem impactos na sociedade e no meio ambiente, e tais efeitos podem ser visualizados nos stakeholders, pois as atividades organizacionais afetam públicos de interesses diversos, como clientes, fornecedores e comunidade (SARBUTTS, 2003).

Neste sentido essa pesquisa objetiva levantar as estratégias e programas voltados para o alcance da sustentabilidade ambiental em organizações da cadeia da bovinocultura de corte.

E a sua relevância pode ser reconhecida em diferentes perspectivas. A primeira delas



relaciona-se ao reconhecimento dos programas sociais e ambientais desenvolvidos pelas organizações associadas à ABIEC; a segunda ao fato de se estabelecer uma conexão entre os assuntos: responsabilidade socioambiental, gestão ambiental e cadeia da bovinocultura de corte.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2. 1. Cadeia Produtiva

O conceito de cadeia produtiva se tornou um instrumento mais comum em estudos econômicos, e na visão teórica, nota-se, uma progressão, em diversas correntes de pensamento econômico, no sentido de uma melhor formatação do conceito de cadeia produtiva.

Sendo assim, define-se cadeia produtiva como um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos. Esta definição abrangente permite incorporar diversas formas de cadeias, com um enfoque na análise da dependência dentro do sistema como um resultado da estrutura de mercado ou de forças externas, tais como: ações governamentais ou de ações estratégicas das corporações associadas ao domínio de um nó estratégico da cadeia (ZYLBERSZTAJN e NEVES, 2000).

Uma cadeia produtiva se forma a partir de um conjunto de processos articulados, originários das inter-relações de agentes econômicos, aqui denominados elos. No caso da agropecuária, a cadeia se forma a partir de três processos principais (ARAÚJO, 2007): Processos que se dão à montante; Produção a nível agropecuário, e Processos que se dão à jusante.

Apesar de a estrutura principal da cadeia produtiva agroindustrial ser representada a partir de três elos fundamentais, Indústria à Montante (fornecedores de insumos), Produtor Agropecuário e Indústria à Jusante (agroindústrias), uma cadeia produtiva não se resume apenas a esses três elementos, sendo que todos os agentes que a compõe devem ser considerados.

O conceito de cadeia produtiva, como subsistema (ou sistemas dentro de sistemas) do agronegócio, surge para criar modelos de sistemas dedicados a produção, os quais incorporam os atores antes e depois da porteira (CASTRO *et al.*, 2000). Uma vez que os agentes que imprimem dinâmica a cada elo da cadeia que sai do mercado de insumos e fatores de produção (antes da porteira), passa pela unidade agrícola produtiva (dentro da porteira) e vai até o processamento, marketing, transformação e distribuição (depois da porteira) (ZYLBERSZTAJN e NEVES, 2000).

De acordo com Buainnain e Batalha (2007) a cadeia da bovinocultura de corte por ser representada por cinco subsistemas, bem como os principais elos que compõem a cadeia da bovinocultura de corte.

De acordo com os mesmos autores os subsistemas são compostos pelos seguintes atores:

1. **Subsistema de apoio:** Os agentes fornecedores de insumos básicos e os agentes transportadores;



2. **Subsistema de produção da matéria-prima (produção agropecuária):** As empresas rurais que geram, criam e engordam os animais para o atendimento das necessidades das indústrias de primeira transformação; podem estar integradas em um único empreendimento ou dissociadas em empreendimentos diversos;
3. **Subsistema de industrialização:** As indústrias de primeira transformação: abatem os animais e obtêm as peças de carne, conforme as condições de utilização necessárias para os demais agentes da cadeia; e as Indústrias de segunda transformação: incorporam a carne em seus produtos ou agregam valor a ela.
4. **Subsistema de comercialização:** os Atacadistas ou exportadores: efetuam o papel de agentes de estocagem e/ou de entrega, simplificando o processo de comercialização; os Varejistas: efetuam a venda direta da carne bovina ao consumidor final, tais como supermercados e açougues; e as Empresas de alimentação coletiva/mercado institucional ou aquelas que utilizam a carne como produto facilitador, como restaurantes, hotéis, hospitais, escolas, presídios e empresas de fast food.
5. **Subsistema de consumo:** os consumidores finais, responsáveis pela aquisição, pelo preparo e pela utilização do produto final. Determinam as características desejadas no produto, influenciando os sistemas de produção de todos os agentes da cadeia produtiva.

Para Fontes e Rezende (2000) a pecuária brasileira está atravessando um novo e significativo processo de incorporação de tecnologias, com reflexo positivo sobre a produtividade, e bem como acontece nos frigoríficos, pode-se reconhecer no caso brasileiro, um sistema tradicional de produção e um sistema dito “melhorado”.

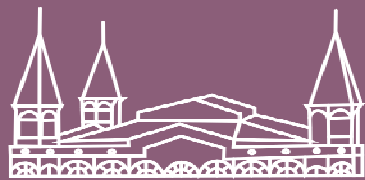
2.2. Gestão Ambiental e Responsabilidade Socioambiental

Os primeiros passos em direção a uma nova visão de desenvolvimento ocorreram a partir de 1972, com a Conferência de Estocolmo, que transmitiu a possibilidade de programar e implementar estratégias ambientalmente adequadas para promover um desenvolvimento social e econômico (SACHS, 1993).

E, em decorrência da Conferência de Estocolmo, foram criados o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA); o Programa Observação da Terra, *Earthwatch*; e a Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), em que se expõem os conceitos do chamado ‘desenvolvimento e sustentabilidade’ (SOUZA, 2000).

A partir daí, o conceito de desenvolvimento adquiriu um caráter multidimensional em que as sociedades deveriam melhorar como um todo, respeitando suas especificidades. Tentava-se formular políticas para a ação que integrasse o meio ambiente às práticas de desenvolvimento e, ainda, explicitaram-se quais eram os objetivos do desenvolvimento sustentável para definir a direção das práticas, estimulando a substituição de processos poluidores ou consumidores de insumos por outros mais eficientes e ambientalmente adequados. Assim, compreendeu-se que o desenvolvimento sustentável propõe a racionalização do uso dos recursos naturais de maneira a atender às necessidades da geração presente, sem comprometer as necessidades das gerações futuras (SOUZA, 2000).

De acordo com o mesmo autor, em 1992 o Brasil foi sede da ECO – 92 ou Rio 92, a segunda Conferência Global sobre questões ambientais, com participação de mais de 100 respeitáveis líderes mundiais com o intuito de debater o conceito de desenvolvimento sustentável e a solução de problemas globais, o que resultou em documentos importantes como a Agenda 21 e a Carta da Terra (SOUZA, 2000).



Fundamentado nos modelos de Schick *et al* (1985), de Melo Neto e Froes (2001), e de Mattar (2004), o presente artigo operacionaliza o modelo de stakeholders a ser usado na correlação entre Responsabilidade socioambiental e o subsistema de industrialização da cadeia da bovinocultura, ponderando, como integrantes: fornecedores, público interno, clientes finais, comunidade, e meio ambiente.

Desta forma temos que:

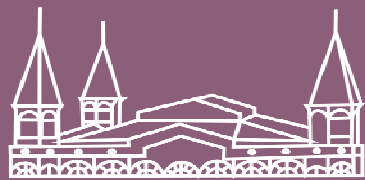
1. **Fornecedores:** a organização socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e cogitando pelo aperfeiçoamento de suas relações de parceria. Os fornecedores precisam atender aos quesitos de qualidade, ética e responsabilidade na oferta de insumos, serviços e produtos a quem a contrate, tendo em vista os impactos socioambientais que podem acarretar.
2. **Público interno:** a organização socialmente responsável respeita os direitos dos funcionários, nos padrões da Organização Internacional do trabalho (OIT), da legislação trabalhista e, preocupa-se com desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores internos. Oferece, também, uma remuneração adequada e boas condições de trabalho. A organização deve reger adequadamente a governança corporativa, tendo em vista os interesses de seus acionistas e as partes interessadas.
3. **Clientes finais:** a responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da organização o desenvolvimento de serviços e produtos adequados, que minimizem os riscos de danos, inclusive a saúde. O trabalho de marketing precisa guiar-se por ações e informações pertinentes não somente nas embalagens e pontos de venda, como também nos meios de comunicação em geral. A organização deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas necessidades.
4. **Meio ambiente:** a responsabilidade socioambiental estende-se aos impactos gerados em todo ambiente físico e a todos os efeitos sobre a fauna e flora, inclusive sobre comunidades e nativos. A organização necessita de um comprometimento com o manejo sustentável das matas e dos recursos naturais.

De acordo com Tachizawa (2002), a influência e a transformação ecológica nos negócios se farão sentir de maneira crescente, partindo-se do pressuposto de que toda e qualquer organização existe em função de necessidades sociais e depende de manter um bom relacionamento com a sociedade para desenvolver-se. As organizações que tomarem decisões integradas à questão ambiental conseguirão vantagens competitivas, podendo até reduzir os custos e incrementar os lucros, a médio e longo prazo.

Uma vez que cada vez mais compradores, principalmente, importadores, estão exigindo a certificação ambiental nos moldes da série ISO 14000, do Programa de Atuação Responsável, ou mesmo certificados ambientais específicos como, por exemplo, para produtos têxteis, madeiras, cereais, carnes e outros. Acordos internacionais, tratados de comércio e mesmo tarifas alfandegárias incluem questões ambientais na pauta de negociações, culminando com exigências não tarifárias que em geral afetam produtores de países exportadores (DE MEIRELES, 2002; DE SOUZA, 2002; DONAIRE, 1999).

3. METODOLOGIA

O objeto de análise é a existência de ações de responsabilidade ambiental e gestão ambiental, sendo a unidade de análise as organizações da cadeia da bovinocultura de corte associadas à Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC), segundo definições Creswell (2007).



Como existe a pretensão de utilizar os resultados desta pesquisa a fim de gerar conhecimento para a aplicação prática na identificação dos projetos de gestão ambiental e a as parcerias que viabilizam a existência de uma responsabilidade ambiental, a pesquisa assumiu, assim, um caráter de pesquisa aplicada. É uma pesquisa qualitativa, de acordo com Creswell (2007), uma vez que o objetivo final é compreender o contexto no qual o fenômeno se insere a partir da relação que tal fenômeno estabelece com o sujeito e por ele é interpretado. O mesmo autor afirma que a utilização da pesquisa qualitativa é válida quando um fenômeno precisa ser explorado e essa exploração envolve grupos ou populações. Nesta pesquisa se discutirá a existência de programas de gestão ambiental.

Foram levantadas, através da *home page* da ABIEC, dez organizações associadas: Brasil Foods S.A.; Cooperfrigu; Frialto S.A.; Frigol S.A.; Frisa Frigorífico Rio Doce S.A.; JBS S.A.; Marfrig Group; Mataboi Alimentos S.A.; Minerva S. A.; Rodopa Indústria e Comércio de Alimentos Ltda. Dessas dez organizações forma objeto de estudo nove, pois uma delas estava desenvolvendo um novo site, não estando disponível até o final desta pesquisa.

Num primeiro momento verificou se as empresas associadas à ABIEC mencionam, em suas *home pages*, o tema Gestão Ambiental e/ou responsabilidade ambiental: nos valores, na visão, histórico, e se existe um *link* relatando os programas de gestão ambiental, responsabilidade socioambiental ou se não mencionam o tema. Foi realizada uma análise documental exploratória visando identificar os objetivos desta pesquisa.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

As análises desse artigo vieram de dados secundários, especificamente, das visitas a *home pages* de nove organizações associadas à ABIEC, pois uma não está com o *home page* ativa, e foram fundamentadas nos modelos de Schick *et al.* (1985), de Melo Neto e Froes (2001), e de Mattar (2004).

Estiveram sob análise nove organizações pertencentes ao subsistema da cadeia da bovinocultura de corte de acordo com Castro *et al.* (2000), especificamente, do subsistema de industrialização, segundo Buainnain e Batalha (2007).

A primeira organização, a **BRASIL FOODS S.A.**, envolve-se com seus **Fornecedores**, parceiros e intermediários uma vez que declara assumir o compromisso com a orientação aos fornecedores e parceiros críticos como parte integrante dos processos produtivos, reconhecendo os esforços daqueles que promovem a condução de suas atividades de forma sustentável e ainda faz análise do Ciclo de Vida de produtos, também, em conjunto com seus fornecedores, com o aprimoramento dos processos através da melhoria contínua no uso de recursos naturais, insumos e gestão de resíduos e efluentes. Em relação ao **Público interno** a organização é socialmente responsável, pois respeita os direitos dos trabalhadores e funcionários e ainda promove projetos sociais como: o Programa habitacional – PROHAB, o Programa de promoção da saúde – corrida e caminhada 5 km, e ainda todo o planejamento e as ações do investimento social da BRF são geridos pela equipe corporativa do Instituto BRF e pelos membros do Comitê de Investimento Social e Relacionamento com Comunidade. Sendo que esses Comitês são formados por 5 a 15 funcionários das unidades da companhia onde está em operação o investimento social. Já com relação aos **Clientes finais** a organização desenvolve de produtos e serviços adequados, que minimizem os riscos de danos, inclusive a saúde o BRF oferece qualidade e inovação ao consumidor sendo este um dos valores da BRF. Para a empresa, inovar implica desenvolvimento contínuo de novos produtos, melhoria sucessiva de qualidade, implementação de novas tecnologias, controle rigoroso dos

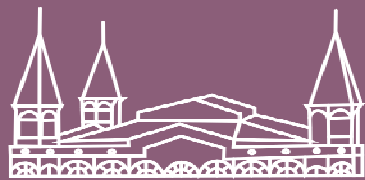


processos produtivos para a garantia da segurança alimentar. E com relação ao **Meio Ambiente** desenvolve projetos comprometendo com o manejo sustentável das matas e dos recursos naturais, tais como: o Programa de Racionalização e Conservação de Energia; o Programa de Reuso de Água; o Programa de Florestas Renováveis; o Programa de Suinocultura Sustentável, dentre outros programas disponíveis no site da organização.

A segunda organização pesquisada foi a **COOPERFRIGU**, situada no Sul do estado do Tocantins, apresenta quanto ao item, **Fornecedores**, a informação é que a maior parte da matéria prima utilizada vem das fazendas e de seus cooperados. São aproximadamente 3.000 cooperados/produtores que recebem assistência permanente de técnicos especializados da **Cooperfrigu**, que visam manter alto padrão de qualidade de matérias-primas. Preocupa-se com o **Público interno**, através de um programa de capacitação constante, que visa treinar os colaboradores buscando o melhor desempenho dos mesmos e ao mesmo tempo valoriza-los, já que a Cooperfrigu entende que o mercado precisa de profissionais altamente qualificados e que a qualificação pode e deve começar na própria cooperativa. Em relação aos **Clientes finais** há um rigoroso Controle de Qualidade nos processos de abate, desossa, congelamento, expedição e transporte dos produtos cuja produção atende as recomendações de BPF, PPHO e APPCC, e ainda se preocupam com a produção de cortes de acordo com o pedido do cliente, porém a Cooperfrigu ressalta que a maioria dos cortes é baseada em especificações internacionalmente padronizadas. O **Meio ambiente**, possui o que há de melhor em equipamentos para estação de tratamento de efluentes e ministrar cursos para os seus funcionários, conscientizando-os sobre a preservação ambiental.

A terceira organização foi a **FRIALTO S.A.**, a respeito aos **Fornecedores** menciona que é uma parte efetiva na transformação que a pecuária vem atravessando, pois busca parcerias com os produtores, pois segunda a organização o produtor é a base e o alicerce dos seus investimentos. Em relação ao **Público Interno** a organização expõe que busca os melhores profissionais no mercado e proporciona a eles todo o apoio na capacitação profissional, além de oportunidades de crescimento dentro do grupo, citando projetos desenvolvidos na área da educação: Programa EJA; Programa de alfabetização; Programa de Bolsas de Graduação e Pós-Graduação; Programa de treinamento técnico-profissionalizante; Programa de Desenvolvimento de Líderes, e também, os Programas de Segurança e Saúde no Trabalho. A Frialto S.A. informa que seus diretores e colaboradores participam constantemente de ações voltadas a entidades beneficentes ou mesmo a ações menores destinadas a colaborar com famílias, grupos e bairros mais necessitados, através das Unidades do Frialto e o trabalho voluntário de seus colaboradores que oferecem mensalmente Alimentos, Roupas, Lazer e Medicação a crianças, jovens, adultos e idosos. Os **Clientes Finais** a empresa busca a garantia de qualidade através de seus profissionais qualificados e na realização periódicas de auditorias e monitoramentos para verificar a correta execução de todas as atividades que vão desde o recebimento do gado até o embarque do produto final, bem como o atendimento aos padrões de qualidade exigidos pelos nossos clientes. Já a respeito de **Meio ambiente** a organização apresenta que inovações de seu Planejamento Estratégico para inserção dos conceitos de responsabilidade ambiental à missão da empresa, estendendo-os a todas as unidades onde atua, bem como o aprimoramento do seu modelo de gestão. Para buscar por soluções amigas do meio ambiente a empresa investiu no mercado de Tecnologias Limpas (Química Verde) através da incorporação de uma moderna Planta Industrial de Produção de Biodiesel (BDA 600/BR – Tecnologia Suíça) instalada anexa a unidade de Sinop/MT com capacidade de 600 l/h de combustível verde.

A quarta foi a **FRISA FRIGORÍFICO RIO DOCE S.A.**, não menciona deixa nítido se a em relação aos **Fornecedores** a organização é socialmente responsável envolvendo-se com seus fornecedores, parceiros e intermediários. Bem como também não mencionam sua

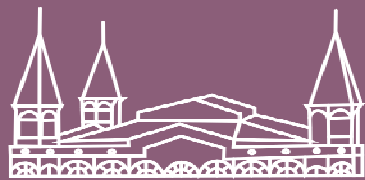


relação com o **Público interno** se a organização respeita os direitos dos trabalhadores e funcionários, e se investe no desenvolvimento pessoal e profissional de seus funcionários. Porém, em relação aos **Clientes finais**, menciona que seus produtos são produzidos com qualidade, para atender os mais exigentes consumidores em várias partes do mundo, sendo a que flexibilidade de suas linhas de produção permite oferecer cortes especiais, adequados à tradição culinária, cultural e religiosa de cada país. No entanto, não menciona sua relação com **Meio ambiente** tão pouco destaca possíveis projetos ou até mesmo se a organização compromete-se com o manejo sustentável das matas e dos recursos naturais.

A quinta organização é a **JBS S. A.** em relação aos **Fornecedores** a JBS aplica critérios socioambientais para selecionar os seus fornecedores e usa “*check-lists*” para garantir o atendimento às leis brasileiras relacionadas ao uso da terra, condições laborais, preservação de áreas indígenas e as demais leis aplicáveis. Em relação ao **Público interno**, a companhia segue as boas práticas da governança corporativa e adota uma postura de transparência junto a seus públicos de relacionamento. Aos **Clientes finais** oferecem com destaque a Swift Orgânico, uma carne bovina sem agrotóxicos, sem aditivos e natural, sendo resultado de um processo de produção absolutamente sustentável. Já em relação ao **Meio ambiente**, investe constantemente na melhoria da cadeia produtiva com foco na redução de possíveis impactos ambientais. Expõem os compromissos da JBS com a Sustentabilidade nos próximos cinco anos, como: Redução de emissões de gases de efeito estufa; Modernização das estações de tratamento de efluentes; Utilização da biomassa como fonte de geração de energia; Uso de biodiesel na frota de caminhões do Grupo; Implementação do Sistema de Gestão Ambiental nas unidades industriais; Apoio ao sistema brasileiro de rastreabilidade e Implantação de Programa de Pecuária Sustentável. A JBS emite anualmente o Inventário das Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) em todas as unidades de operação e produção, tem projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL) e, investe em modernas tecnologias de redução de emissões de Gases de Efeito Estufa. Destaca também diversos programas e ações da organização através de Manuais a respeito das diretrizes de sustentabilidade, das políticas de sustentabilidade, do bioma amazônico, dos valores na produção de carne, dentre outros programas que são detalhados no site.

A sexta organização é a **MARFRIG GROUP**, em relação aos **Fornecedores** destaca-se a parceria e a integração com produtores agropecuários comprometidos com o uso racional dos recursos renováveis, a conservação do solo e da água e o bem-estar animal resulta em alimentos ecologicamente corretos, onde não se utilizam fertilizantes sintéticos, anabólicos, hormônios e estimulantes de crescimento. Já com o **Público interno** possui políticas como a Política de Saúde e Segurança Ocupacional, e projetos de educação, de oportunidades para as minorias. Já com os **Clientes finais** o grupo destaca que animais criados a céu aberto e em grandes extensões de terra, de origem pastoril, asseguram menor conteúdo de gordura intramuscular, menores teores de colesterol e, como resultado, uma carne mais leve e saudável, além das certificações de qualidade. Em relação ao **Meio ambiente**, o grupo pelo Relatório Anual 2012 da *Forest Footprint Disclosure* (FFD) foi classificada como Líder do Setor de Alimentos Embalados e Carnes pelo seu compromisso com as melhores práticas em gestão de riscos ambientais. Possui dentre outros programas o de reciclagem. Possui uma Política de Mudanças Climáticas e Recursos Naturais que tem como um de seus principais objetivos prepararem suas atividades industriais, comerciais e de serviços para uma economia de baixo carbono. Em 2011 participou do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável que tem como objetivo debater e formular padrões e práticas comuns que contribuam para o desenvolvimento de uma produção sustentável no País.

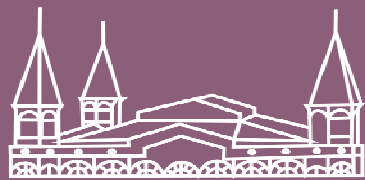
A sétima organização pesquisada foi a **MATABOI ALIMENTOS S.A.** e em relação aos **Fornecedores e Público interno** a organização não menciona as políticas. Já em relação



aos **Clientes finais** a organização divulga que oferece produtos diferenciados como a marca Di Prima que oferece alta qualidade e refinado sabor sendo originadas de novilhos precoce. E divulgam os certificados de: Boas Práticas de Fabricação (BPF); Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC); Norma BRC (Global Standard Food v.5 British Retail Consortium, Categoria A), normas voltadas à segurança alimentar criada pela associação de varejistas britânicos; Protocolo Técnico e Norma para as Cias. Fornecedoras de Produtos e Marcas Própria; PPHO (procedimentos operacionais de limpeza e higienização das instalações e equipamentos e utensílios durante os diferentes horários e etapas da produção); SISBOV, um conjunto de procedimentos e controles que permitem fazer o rastreamento dos animais e de sua carne. Já o **Meio ambiente** foi mencionado que o Mataboi Alimentos reflorestou áreas próximas às instalações e as transformou em reservas permanentes. E ainda implantou uma estação de tratamento de efluentes composta por um complexo de separadores sólidos e líquidos.

A oitava organização pesquisada foi a **MINERVA S.A.** com relação a **Fornecedores** destaca-se o programa Pecuarista & Minerva que estabelece laços de confiança através de parcerias sólidas com fornecedores de matéria prima, ou seja, realizam eventos específicos e ações focadas no relacionamento direto entre compradores de gado e fornecedores. Já em relação a **Público interno** atendem às Leis trabalhistas (inclusive da OIT), tributárias e previdenciárias aplicáveis ao empreendimento, inclusive os acordos internacionais que o Brasil é signatário. Aqui também previstos o respeito e atendimento aos acordos sindicais e trabalhistas. E, também, avaliam o clima organizacional para identificar os principais e prioritários fatores que o influenciam atuando naqueles deficitários. E, promovem um ambiente de trabalho seguro e saudável, adotando uma política clara e transparente nas relações de trabalho, envolvendo a não discriminação de qualquer natureza. Já com o item **Clientes finais** destacam a importância da rastreabilidade que garante ao consumidor um produto seguro e saudável, por meio do controle de todas as fases de produção, industrialização, transporte, distribuição e comercialização, possibilitando uma perfeita correlação entre produto final e a matéria-prima que lhe deu origem. No **Meio ambiente** a Minerva S.A. divulga os incentivos aos pecuaristas, através do programa Pecuária Sustentável, que garante que as fazendas fornecedoras prezam o meio ambiente e pessoas. Atendem: às Leis ambientais aplicáveis ao negócio, inclusive as internacionais que o Brasil seja signatário; as demandas ambientais de stakeholders que tenham sido acatadas pela empresa devem ser respeitadas e cumpridas; buscam inovações quanto ao uso de energias adaptadas para realidade de cada unidade; adotam uma postura proativa em relação ao MDL (Mecanismo de Desenvolvimento Limpo), e levantam a parcela de contribuição e responsabilidade que cabe ao empreendimento na emissão de GEE (Gases Efeito Estufa).

A nona e última organização pesquisada foi a **RODOPA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA** divulga em reação a **Fornecedores** a organização só compra animais de procedência garantida e fornecedores idôneos. Para isso, todo o processo de compra é precedido das consultas: ao Ministério do Trabalho: na Lista Negra do “Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo” do Ministério do Trabalho; ao IBAMA: Pesquisa por grilagem de terras, onde a criação do gado não ocorreu em áreas de reserva indígena e/ou proteção ambiental; ao INCRA: Certificação do CCIR – INCRA. Em relação ao **Público interno** a organização não deixa claro a divulgação de informações a respeito. Já com relação a **Clientes finais** mencionam que investem e incorporam novas tecnologias, de forma a agregar valor aos produtos para beneficiar clientes internos, externos e consumidores, e adotam políticas de responsabilidade social, cultural, ambiental e oferecendo qualidade de vida para todos os funcionários. E, com relação ao **Meio ambiente** buscam



melhoria dos processos em suas unidades e está atenta ao cumprimento das normas ambientais, porém não deixam explícitos nenhuma ação realizada.

Para Tachizawa (2002) se deve estabelecer a compreensão do funcionamento de uma organização em relação ao contexto ambiental no qual está inserida, ou seja, deve-se realizar uma análise ambiental. Pois, no macroambiente, tem-se maior amplitude das forças societárias que afetam todos os agentes da organização, e nota-se que a maioria das organizações associadas à ABIEC, com maior ou menor amplitude, segundo informações de suas *home pages*, estão preocupadas com essa questão.

Nota-se que seis das dez organizações associadas a ABIEC, seis divulgam que estão buscando projetos socioambientais com mais foco, abrangência e impacto os quais somados com a transparência na condução dos negócios e as práticas de governança corporativa, são de certa forma manifestações de respeito não somente pelos acionistas como pelo mercado e pela sociedade. Porém de quatro organizações, uma está com site inativo e as outras três não mencionam suas políticas com clareza em relação aos fornecedores, público interno e meio ambiente.

Podemos inferir a partir dos projetos e práticas socioambientais dessas organizações que esse subsistema de industrialização, juntamente, com parte do subsistema de produção e matéria-prima da cadeia da bovinocultura de corte, está criando uma convicção mais sólida a respeito da responsabilidade socioambiental, onde não basta apenas oferecer produtos de qualidade e modernas técnicas de gestão, porém para ter sucesso é necessário adotar as melhores práticas socioambientais.

Verifica-se que oito das nove organizações pesquisadas com diferenças no grau de abrangência possuem o interesse de se alinhar com as questões socioambientais, pois implementam projetos e programas de gestão ambientais e sociais, estando portanto em melhoria contínua.

Nessa ótica mais atual, as organizações se veem forçadas a manter uma interação com o meio, pois devem estar contextualizadas, com as mudanças nos valores sociais, na influência de grupos sociais externos, com a elevação do papel dos meios de comunicação e a crescente importância da imagem percebida pelos consumidores, além do próprio contexto do ambiente internacional que essas empresas estão inseridas.

Os gestores começam a observar que a proteção do meio ambiente não impede o desenvolvimento sustentável e ainda é algo primordial que alia satisfação das necessidades presentes sem comprometer o futuro.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente estudo foi levantar as estratégias e programas voltados para o alcance da sustentabilidade ambiental em organizações da cadeia da bovinocultura de corte.

Os resultados nos remetem que as organizações do subsistema da cadeia da bovinocultura de corte passaram a adotar ações de Responsabilidade Socioambiental, impulsionadas pelo mercado e regidas por leis de proteção ambiental. E, nesse contexto, verifica-se que o consumidor a nível global passou a adquirir um papel relevante a partir do instante em que avalia as organizações, considerando as práticas sustentáveis utilizadas pelas empresas para fundamentar sua decisão de compra.

Observa-se, também, que essas as organizações, associadas à ABIEC, já observam a responsabilidade socioambiental como um alicerce para um desenvolvimento sustentável aliando satisfação das necessidades presentes sem comprometimento do futuro.



A contribuição desta pesquisa reside na importância da discussão em torno das ações de responsabilidade socioambiental de organizações pertencentes a um subsistema da cadeia da bovinocultura de corte. Pois, esse subsistema industrial está diretamente ligado com o mercado global, o qual observa a atuação e o papel ético dessas organizações, surgindo dessa forma novas posturas com maior comprometimento, e uma maior responsabilidade socioambiental.

Alguns limites são apontados: ao instrumento de coleta dos dados, restrito as informações das *home pages*, e em relação à escolha de uma parcela de um subsistema da cadeia da bovinocultura de corte.

Como sugestão para pesquisas futuras, indica-se avançar na ampliação dos outros subsistemas da cadeia da bovinocultura de corte e, ainda, um estudo longitudinal em que possa fazer comparação entre épocas com a finalidade de averiguar as mudanças da cadeia em relação à responsabilidade socioambiental.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos de Agronegócios**. 2 ed., São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL FOODS S.A. Disponível em: <[http:// www.brazilfoods.com/](http://www.brazilfoods.com/)>. Acesso: 19/01/2013.

BUAINAIN, A.M.; BATALHA, M.O. (Coord.). **Cadeia produtiva da carne bovina**. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. Brasília: IICA : MAPA/SPA, 2007. 86 p.

CASTRO, A. M. G.; LIMA, S. M. V.; HOEFLICH, V. A. **Curso sobre prospecção de cadeias produtivas**. Florianópolis: UFSC/ Embrapa/ Senar, 2000. 300 p.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Trad. Luciana de Oliveira da Rocha. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

COOPERFRIGU. Disponível em: <[http:// www.cooperfrigu.com.br/](http://www.cooperfrigu.com.br/)>. Acesso: 19/01/2013.

DE SOUZA, R. S. Evolução e condicionantes da gestão ambiental nas empresas. REAd - Revista Eletrônica de Administração, Porto Alegre, v. 8, n. 6, p. 1-22, nov./ dez. 2002.

DE MEIRELES, E. C.; EL-AOUAR, W. A. O desafio das ONGS ante a minimização do papel do Estado no cenário global. REGE-USP - Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 09, n. 3, p. 1-12, jul. /set. 2002.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

FRIALTO S.A. Disponível em: <[http:// www.frialto.com.br/](http://www.frialto.com.br/)>. Acesso: 19/01/2013.

FRIGOL S.A. Disponível em: <[http:// www.frigol.com.br/](http://www.frigol.com.br/)>. Acesso: 18/01/2013.

FRISA FRIGORÍFICO RIO DOCE S.A. Disponível em: <[http:// www.frisa.com.br/](http://www.frisa.com.br/)>. Acesso: 20/01/2013.

FONTES, C.A.A.; REZENDE, A.M. **Sistemas de produção de gado de corte no Brasil**. In: BATALHA, M.O.; SILVA, C.A.B. (coord). Estudo sobre a eficiência econômica e



competitividade da cadeia agroindustrial da pecuária de corte no Brasil. IEL
CNI/SEBRAE/CNA, Brasília, 2000.

JBS S. A. Disponível em: <[http:// www.jbs.com.br/](http://www.jbs.com.br/)>. Acesso: 18/01/2013.

KRUGLIANSKAS, I. **Ensino da gestão ambiental em escolas de administração de empresas**: a experiência da FEA/ USP. In: ENCONTRO NACIONAL DE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 1993, São Paulo. Anais...São Paulo: FEA, USP: EA-ESP, FGV, 1993.

MAPA – Ministério da Agricultura. **Notícias**. Disponível em:
<<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2012/01/exportacoes-do-agronegocio-registram-melhor-ano-desde-1997>>. Acesso: 22/05/2012.

MARFRIG GROUP. Disponível em: <[http:// www.marfrig.com.br/](http://www.marfrig.com.br/)>. Acesso: 22/01/2013.

MATABOI ALIMENTOS S.A. Disponível em: <[http:// www.mataboi.com.br/](http://www.mataboi.com.br/)>. Acesso: 20/01/2013.

MATTAR, J. **Filosofia e ética na administração**. São Paulo:Saraiva, 2004.

MELO NETO, F.P.; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MINERVA S.A. Disponível em: <[http:// www.minerva.ind.br/](http://www.minerva.ind.br/)>. Acesso: 20/01/2013.

RODOPA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA. Disponível em:
<<http://www.rodopa.com.br/>>. Acesso: 18/01/2013.

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobel/ Fundap, 1993.

SARBUTTS, N. **Can SMEs “do” CSR?** A practitioner’s view of the ways small and médium-sized enterprises are able to manage reputation through corporate social responsibility. *Journal of Communication Management*. London, v.7,n.4, p.340-347, 2003.

SCHICK, A. *et al.* **An integrating framework for the teaching and researching of corporate social responsibility**. *Business Society*, Chicago, n.24, p.32-39, 1985.

SOUZA, M. P. **Instrumentos de gestão ambiental**: fundamentos e práticas. 1. ed. São Carlos, SP: Riani Costa, 2000.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2002.

VIOLA, E. J. (et.al). **Meio ambiente, desenvolvimento e cidadania**: desafios para as ciências sociais. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1998.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.