

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: UMA REFLEXÃO DAS AÇÕES ADOTADAS PELA AGROINDÚSTRIA BELA IAÇÁ NO MUNICÍPIO DE CASTANHAL-PARÁ.

Rafael Ferreira da Silva

(Mestrando da Universidade da Amazônia - UNAMA em parceria com a FGV/SP)

Ana Maria de Albuquerque Vasconcellos

(PhD em estudos de Desenvolvimento e docente do Mestrado em Administração da UNAMA)

RESUMO: Neste artigo busca-se refletir sobre as ações de responsabilidade social e ambiental de uma agroindústria de processamento de polpas de frutas situada no município de Castanhal. Propõe-se compreender os princípios de responsabilidade socioambiental que têm sido aplicados por esta empresa nas comunidades que fornecem os insumos básicos necessários. Parte-se do pressuposto de que a proposta de responsabilidade social e ambiental envolve decisões de ordem empresarial e tecnológicas, que segundo Barbieri, são necessárias por parte dos empresários e administradores. Aplicou-se, neste artigo, a metodologia de estudo de caso por meio de uma pesquisa exploratória e descritiva. Os resultados apontaram que a empresa possui algumas ações e práticas que denotam responsabilidade social e ambiental, mas identificou-se a necessidade de maior interação com as comunidades fornecedoras para o fortalecimento de tecnologias sustentáveis socialmente e ambientalmente.

1- Introdução

Este trabalho tem o objetivo de analisar os princípios de responsabilidade socioambiental aplicados pela Agroindústria de Processamento de polpas no Estado do Pará. A reflexão proposta por este trabalho, das ações de responsabilidade socioambiental realizadas por uma agroindústria de polpas de fruta, possui relevância por tratar-se de uma empresa em um seguimento em tão grande desenvolvimento econômico regional. Segundo o Instituto Brasileiro de Frutas - IBRAF, nos últimos oito anos a fruticultura vem apresentando um crescimento nas exportações de 19,53% ao ano, sendo as indústrias processadoras de frutas da região Norte responsáveis em parte por este crescimento. O aumento da procura por produtos naturais, amazônicos e sustentáveis nos mercados interno e externo, de certo modo tem impulsionando este crescimento, no entanto, observa-se que este desenvolvimento tem ocorrido em meio a estratégias que apresentam poucas perspectivas sustentáveis de valorização social e ambiental.

A pesquisa partiu de uma empresa de frutas Bela Iaçá correlacionando com o desenvolvimento local. Foi adotada a estratégia de caso único por ser o caso mais significativo. Para Yin (2005), estudo de

caso e uma investigação empírica que: investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

O artigo está organizado em três seções, além desta introdução e das Considerações Finais. A segunda seção apresenta um debate sobre o conceito de responsabilidade social e ambiental. A terceira seção analisa o termo desenvolvimento local sob diversos significados. A quarta seção discorre sobre o papel que a agroindústria.

2- Revisitando o Conceito de Responsabilidade Social e Ambiental

O tema de responsabilidade social tem ganhado espaço e cada vez mais vem fazendo parte da estratégia das organizações. Nos últimos anos as organizações têm buscado ampliar seus resultados e reduzir dos custos, e não somente isso, em grande parte das ocasiões também se busca atender as novas necessidades do mercado competitivo, o que exigido dos empresários uma gestão socialmente responsável e ecologicamente equilibrada. No entanto, são necessárias novas estratégias por parte das empresas para desenvolver suas atividades com inovação e sustentabilidade.

Schumpeter (1971) considera que inovação é sinônimo de progresso econômico e consiste essencialmente na alocação de recursos produtivos em uso ainda não experimentados, podendo envolver diferentes possibilidades de introdução de novidades no sistema econômico, desde melhoria da qualidade até o estabelecimento de uma nova organização. Já Barbieri (2007) relaciona o movimento pelo desenvolvimento sustentável como sendo o gerador do novo debate sobre responsabilidade social e ambiental, pois estas criam, segundo o autor, uma ponte com as organizações que simultaneamente procuram ser eficientes em termos econômicos, respeitando a capacidade de suporte do meio ambiente e ser instrumento de justiça social, inclusão social, proteção às minorias de grupos vulneráveis entre outros. É importante lembrar que esta preocupação se traduz em valorização do ser humano, busca de qualidade de vida e respeito ao meio ambiente (BARBIERI, 2007).

A responsabilidade social de acordo com a Comissão da Comunidade Européia (2001), pode ser definida como a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas

suas operações e na sua interação com outras partes interessadas. Para Daft (1999), a responsabilidade social é uma obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem estar e os interesses da sociedade e da organização. Barbieri (2007), reforça essa idéia, mas distingue que a responsabilidade social empresarial é o meio pelo qual a organização tem para cumprir sua parte em uma empreitada global, sendo também um novo modo de conceber um novo desenvolvimento que já esta sendo construído coletivamente por meio de um movimento de caráter planetário. Deste modo a responsabilidade social passa não ser apenas uma obrigação do administrador, mas também da organização. O desenvolvimento sustentável fez com que o debate sobre as responsabilidades adquirisse novas perspectivas. A inclusão da dimensão social e ambiental como componente da responsabilidade social das organizações cria uma ponte com o conceito de organizações sustentáveis (BARBERI, 2005).

A responsabilidade social como uma estratégia de recursos humanos, é uma forma de endomarketing e mostra que tanto estratégias de marketing como estratégias de recursos humanos, mesmo quando se confundem dentro da empresa, tornam-se uma vantagem competitiva. Todas as formas de estratégias, como aliança e cooperação, responsabilidade social nos recursos humanos, comunicação, marketing empresarial e endomarketing podem existir formalmente, ou não, dentro de uma empresa (MELO NETO e FROES, 2001).

Na atualidade ações de responsabilidade social são compreendidas não apenas como investimentos que resultam no sucesso econômico das empresas, mas são discutidas sob uma visão mais ampla, que permita identificar as condições sociais e ambientais que levam à realização dos lucros. Esses elementos tornam-se fatores importantes de avaliação dos impactos econômicos dessas organizações. Sendo assim a responsabilidade social é um fator de base para garantir a evolução sustentável (LOUETTE, 2008)

Para Tachizawa (2007), o novo contexto econômico será marcado por uma rígida postura dos clientes, voltada a expectativa de interagir com organizações que sejam éticas, que possua boa imagem institucional no mercado e que atuem de forma ecologicamente responsável.

Porter e Kramer (2006) argumentaram que a responsabilidade social corporativa pode ser muito mais do que um custo para empresa, um entrave ou uma ação filantrópica, esta pode ser uma fonte de

oportunidade e vantagem competitiva. Para esses mesmos autores a sustentabilidade socioambiental é trabalhada de forma estratégica ao passo em que a organização investe em questões que a sociedade e o meio ambiente demandam.

Esta nova preocupação, surgida no bojo das transformações culturais que ocorreram nas décadas de 60 e 70, ganhou dimensão e situou o meio ambiente como um dos princípios fundamentais do homem moderno. Nos anos 80 os gastos corporativos com proteção ambiental começaram a ser vistos não primordialmente como custo, mas como investimento no futuro e, paradoxalmente, como vantagem competitiva. Nos anos 90 a preservação do meio ambiente converteu-se em um dos fatores de maior influencia até a primeira década de 2000. Deste modo as empresas passam a apresentar soluções para alcançar o desenvolvimento sustentável e, ao mesmo tempo, aumentarem sua lucratividade. Sendo assim as atividades ambientais passaram a ser uma atividade que representa ganhos financeiros para as empresas (TACHIZAWA, 2007).

Barbieri (2007) em sua abordagem sobre gestão ambiental empresarial relata que a solução das questões ambientais, ou a minimização do problema, exige uma nova atitude por parte de empresários e administradores, que devem passar a considerar o meio ambiente em suas decisões e adotar concepções administrativas e tecnológicas que contribuam para ampliar a capacidade de suporte do planeta, assim as empresas deixariam de ser considerada como problema ambiental e passariam a ser a solução.

O dilema clássico apresentado por Porter e Linde (1993), entre economia e ecologia, situa de um lado os benefícios sociais decorrentes das normas ambientais rigorosas e do outro lado os custos privados da indústria para prevenção. Para os autores enfrentar problemas ambientais com a introdução de inovações é a melhor forma de melhorar a produtividade e reduzir drasticamente os impactos ambientais bem como, a diminuição dos custos, a melhoria da qualidade dos produtos e a ampliação da competitividade global. Schumpeter (1988) relaciona a inovação, coma a criação de novos mercados e a ações de empreendedoras, para ele é o produtor que inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele ‘educados’ sendo então ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que eles já tem o hábito de consumir, e prescreve a cerca da “destruição

criadora”, ou seja, a substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos, no que se refere ao processo de desenvolvimento econômico.

Lavorato *et al.* (2007) enfatiza que empresas que tem um histórico de comportamento adequado em termos socioambientais obtém inúmeros ganhos, como: redução ou eliminação de multas , redução de despesas com advogados, redução de processos trabalhistas, aumento da produtividade até mesmo aumento nas margens de lucro, além de gerar valores intangíveis.

3- Desenvolvimento Local

O termo desenvolvimento local tem sido visto pelo aspecto econômico como a busca por estratégias que tornem comunidades, regiões e países competitivos, num contexto globalizado (MARTINELLI E JOYAL, 2004). No entanto, é preciso maiores investimentos em tecnologias sociais, formas de empoderamento de coletividades, que possibilitem o fortalecimento dos seres humanos envolvidos.

De acordo com os estudos de Andrade (2011) os primeiros projetos de desenvolvimento comunitário no Brasil surgiram por meio de acordos para o incremento da produção de alimentos e a educação rural e industrial nos anos 40, na década posterior houve outra iniciativa por parte dos países latino-americanos, que fundaram a Comissão Econômica para América Latina e o Caribe (CEPAL), com intuito de auxiliar estes rumo ao desenvolvimento. Sobretudo somente nos anos 80 que se originou o paradigma do desenvolvimento endógeno, tendo seu primeiro registro de experiência de ação local a partir da década de 90 com o Rio Eco 92, que consolidou a assinatura dos 179 países participantes na Agenda 21 Global. A Agenda 21 é um programa em escala planetária que objetiva estabelecer um novo padrão de desenvolvimento sustentável (AGENDA 21, 2010).

O desenvolvimento local do ponto de vista econômico para Martinelli e Joyal (2004), é a busca por estratégias que tornem comunidades, regiões e países competitivos, num contexto globalizado, para estes autores outra referencia relacionada a desenvolvimento local traz a idéia de comunidade. Nesta perspectiva, o desenvolvimento local reforça as comunidades, dinamizando suas potencialidades, para que isso seja possível, é necessária a reunião de diversos fatores como o grau de educação da população,

fatores relacionados ao governo, assim como a participação ativa da sociedade. E, por outro lado, a capacidade de atração de novos investimentos externos, que são fundamentais para complementar o desenvolvimento das potencialidades locais (MARTINELLI e JOYAL, 2004).

Segundo Rodrigues (1997), Junior e Quintella (2008), O desenvolvimento local não pode ser entendido apenas como crescimento econômico, ele pode ser entendido como um processo em que as regiões através de seus múltiplos recursos, instituem oportunidades visando a promoção do bem-estar coletivo, de equidade e de qualidade de vida.

Franco (2000) argumenta que todo desenvolvimento é local, seja ele um distrito, uma localidade, um município, uma região, um país ou uma parte do mundo. Para Candil *et al.* (2007) o desenvolvimento local se ampara na idéia e nos pressupostos de que a localidade dispõe de recursos econômicos, humanos, institucionais, ambientais e culturais, além de economias de escala não exploradas, que constituem seu potencial de desenvolvimento. Para Zapata (2001), o desenvolvimento local se baseia em um novo paradigma de desenvolvimento humano, caracterizado por quatro dimensões: a dimensão econômica, sociocultural, político-institucional e ambiental, este último centrado na compreensão do meio ambiente como ativo de desenvolvimento, considerando o princípio da sustentabilidade em qualquer opção transformadora (MARTINELLI e JOYAL, 2004). Assim sendo, a existência de um sistema produtivo capaz de gerar rendimentos crescentes, mediante a utilização dos recursos disponíveis e a introdução de inovações, garante a criação de riquezas e a melhora do bem estar da população (CANDIL *et al.*, 2007).

Para SILVEIRA *et al.* (2001) são diversas e combinadas as fontes e percursos que chegam a temática do desenvolvimento local, tais como: as ações cidadãs e os projetos demonstrativos focalizados, as iniciativas de fomento ao empreendedorismo popular, os movimentos ambientais e socioambientais, os exercícios de inovação nos parâmetros de gestão municipal, assim como as tentativas de articulação de macroprogramas governamentais. Deste modo, Franco (2001), reforça que tem crescido na atualidade a convicção de que é preciso fazer brotar ação cidadã nas coletividades em que vivem os excluídos sociais, estabelecendo-se espaços ético-políticos alternativos de desenvolvimento local, compatível com a realidade dos seres humanos envolvidos, de forma a efetivar os laços de solidariedade que podem

promover as suas vidas.

4- Agroindústria de Fruticultura no Pará

Agroindústria é a terminologia utilizada para instituir atividades econômicas que agreguem valor a produtos provenientes de explorações agrícolas pecuárias e florestais, incluindo desde processo simples, como a limpeza e a classificação, até processos com maior complexidade, que incluem operações de transformação física, química e biológica (BELISÁRIO, 1998). Araújo (2005) conceituou a agroindústrias como unidades empresariais voltadas à atividade de transformação e processamento de matérias-primas de origem agropecuária, seja ela, animal ou vegetal, ao ponto de poderem ser comercializados. Belik, *et al.* (2000) enfatiza que podem ter controvérsias no conceito de agroindústrias, podendo este tomara a forma que atender a necessidades alocadas pelas hipóteses que se pretende comprovar, ressaltado inclusive que este conceito tem sido utilizado para o planejamento de políticas públicas e para a própria organização dos interesses que decorrem da agricultura, da indústria e dos serviços ligados à produção de alimentos e matérias-primas de base agropecuária.

Há muitos anos a comercialização, o armazenamento e o processamento de produtos agrícolas tem-se tornado cada vez mais importante para a economia da maioria dos países em desenvolvimento (BROWN, 1986). No Brasil as frutas, juntamente com as hortaliças, representam 50% do consumo brasileiro de alimentos, o setor de fruticultura representa um dos mais importantes segmentos da agricultura brasileira, respondendo por cerca de 25% do valor da produção agrícola nacional e o negócio frutícola já está se expandindo em todo o Brasil (REINHARDT, 1996), deste modo, a fruticultura, tem se apresentado como uma das atividades mais importantes do setor de alimentos, contribuindo para o desenvolvimento econômico, para a ampliação do mercado interno de frutas frescas e para a industrialização, atingindo vários segmentos como doces, bebidas (sucos e refrigerantes) e polpas (BASTOS *et al.*, 1998).

A agroindústria vem adquirindo um importante papel no processo de desenvolvimento no campo, de acordo com Sampaio (2005) esta atividade pode agregar maior valor a produção agropecuária no meio rural, sobretudo pela capacidade de reunir a economia do campo ao sistema industrial, multiplicando

as potencialidades de geração de renda e de emprego, fortalecendo assim, os mercados e pólos de desenvolvimento local e regional.

As agroindústrias apresentam-se como uma das cinco atividades mais dinâmicas da Região Norte e isso significa que esta atividade é capaz de movimentar a economia interna e as atividades ao longo de sua cadeia produtiva. Embora em 2000 a atividade tenha perdido força de encadeamento, esta permaneceu entre as cinco atividades mais dinâmicas (SANTANA, 2003). Em 2010 a agroindústria Brasileira cresceu 6% no primeiro semestre, este aumento em grande parte tem se baseado na produção de polpas de frutas congeladas (IBGE, 2010).

A agroindústria de frutas vem se destacando cada vez mais no Brasil, principalmente devido sua grande capacidade de contribuir com o crescimento das regiões em que se instala e devido sua elevada capacidade de gerar emprego e renda. Esta atividade gera uma demanda estável para a produção de frutas, além disso, apresenta um grande potencial de agregação de valor aos produtos primários a partir do processamento/elaboração de polpas, doces e sucos. Esta atividade também promove a indução e difusão de tecnologia no meio rural. Assim, a agroindústria de frutas destaca-se como uma atividade estratégica para o desenvolvimento de regiões produtoras na área de fruticultura (SILVA, 2006).

Costa (2004) mostrou que o nordeste paraense e a mesorregião metropolitana de Belém constituem o arranjo produtivo de processamento de frutas do estado do Pará, sendo que 30% das agroindústrias estão localizadas na capital, 22% estão localizadas no município de Castanhal e as outras 48% estão distribuídas no restante dos municípios do nordeste paraense. Em sua abordagem Silva (2006) destaca que estas agroindústrias do Pará processam aproximadamente 15 tipos de frutas tropicais para polpa e suco, com destaque para as frutas regionais e tropicais exóticas, disponíveis em abundância na região. Esses produtos oriundos da Região Amazônica remetem uma estreita ligação com a população ribeirinha e da floresta, o que se traduz em uma vantagem competitiva baseada na diferenciação de produto, através da responsabilidade social e ambiental.

Pouco se ver em relação a responsabilidade socioambiental em agroindústrias nesta região. O trabalho de Souza (2011) revelou que as agroindústrias do Nordeste paraense, enfrentam problemas de

inovação tecnológica por serem indústrias que consomem basicamente um mesmo tipo de matéria-prima e compactam de uma realidade similar. Não existem registros de estratégias associadas à responsabilidade social e ambiental destas agroindústrias paraenses. Na análise de Santana (2004), a estratégia principal das agroindústrias de polpa de frutas do arranjo produtivo local do Estado do Pará é a diversificação horizontal dos produtos, e esta estratégia incorpora várias posições teóricas.

A demanda de polpa de frutas regionais cresce mais rapidamente do que a oferta. Já existe uma base instalada da agroindústria, porém apenas algumas estão processando dois ou mais tipos de frutas. Para que haja um fluxo contínuo de produção, são necessárias pelo menos 10 variedades de frutas para que as agroindústrias paraenses mantenham um processamento ininterrupto ao longo do ano (SANTANA, 2004).

O setor de fruticultura está paulatinamente sendo melhorado em função das tecnologias inovadoras, na gestão da qualidade dos produtos e no controle dos desperdícios dos materiais e de inúmeras outras ações sustentáveis (GUINDANI, 2004). Para Campeão (2004), as empresas agroindustriais brasileiras têm buscado formas de agregar valor aos produtos, deixando de depender apenas de ganhos de escala e passando a oferecer produtos voltados a segmentos específicos de mercado e que se adaptam as diversas necessidades. Nessa perspectiva como foi elucidado por Brown (1986) a agroindústria pode desempenhar um importante papel no processo de desenvolvimento econômico regional de um País.

1.1 Caracterização da empresa pesquisada

A empresa estudada é a agroindústria de processamento de polpas de fruta, localizada na cidade de Castanhal, nordeste do Estado do Pará, a Bela Iça Ind e Com de Polpas de Frutas LTDA. É uma das maiores organizações no ramo de polpas de fruta do estado do Pará e, atualmente, segundo os dados do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, é a maior processadora de açaí do mundo.

A empresa possui seis anos no mercado e tem se dedicado ao processamento, comercialização e distribuição de polpas de: acerola, abacaxi, bacuri, camu-camu, cupuaçu, caju, graviola, goiaba, maracujá, manga, muruci, taperabá, além da bebida açaí, que é comercializada em duas linhas, a linha industrial

o qual o açaí é vendido com ingrediente para elaboração de outros produtos e a linha consumo final, no qual o produto é comercializado congelado em barras e em forma de *sorbet* misturado com guaraná, banana e morango. Nos últimos anos a empresa também tem comercializado os resíduos provenientes do processamento em forma de biomassa (caroço do açaí) ou matéria-prima para processamento de óleos e outros produtos alimentícios (sementes provenientes do processamento de frutas: cupuaçu, maracujá, bacuri).

A empresa possui cinco certificações internacionais: NBR ISO 22.000, Certificado IBD Orgânico (USDA, CEE, JAS), Halal, Kosher e SMA Safe. No final de 2010 passou por uma consultoria em gestão empresarial, a qual teve o papel de reestruturar seu negócio, missão e visão. Após esta etapa os conceitos de responsabilidade socioambiental e sustentabilidade foram absorvidos na visão de futuro da organização.

Atualmente sua missão está voltada a: oferecer alimentos, ingredientes e biomassas viabilizando saúde, sabor e energia. E ainda, propõe-se a ser referencia mundial em alimentos, ingredientes e biomassa, com sustentabilidade.

4.1.1 Princípios de responsabilidade socioambiental aplicados pela agroindústria

As informações obtidas nas entrevistas possibilitaram a identificação de alguns princípios de responsabilidade socioambiental praticados pela agroindústria estudada, alguns devido às exigências da legislação e outros como ações voluntárias da organização. Os princípios identificados foram os seguintes:

1. A empresa conta com mais de duzentos colaboradores e desde o início de suas atividades tem gerado empregos formais, com carteira assinada para todos os seus colaboradores, além de não explorar mão de obra infantil. Desde 2007 a empresa criou como premio para os colaboradores assíduos o beneficio mensal de uma cesta básica. E em 2010 iniciaram a elaboração do plano de cargos e salários;
2. Desde 2006 a empresa vende os resíduos provenientes da produção de açaí principalmente para olarias, este é comercializado como biomassa para alimentar caldeiras e fornos, substituindo assim

a lenha e reduzindo com isso o desmatamento, sendo deste modo uma fonte de energia limpa. Em 2009 a empresa também adotou esta postura e adaptou o forno da sua caldeira para a utilização de caroço de açaí ao invés de lenha, hoje a biomassa faz parte do negocio da empresa e tem gerado renda.

3. Desde 2007 a organização tem adotado políticas de capacitação aos seus colaboradores, em 2008 essa política foi reforçada com a implementação da NBR ISO 22.000, e atualmente a empresa possui política de integração e todos os colaboradores são submetidos frequentemente a treinamentos, capacitações e oficinas. Além de selecionar colaboradores para o financiamento de cursos de idiomas, especialização, MBA e pós-graduações.
4. Em 2007 a empresa iniciou seu primeiro projeto socioambiental o qual levou o nome de “Bela atitude”, este projeto corresponde ao incentivo à coleta seletiva de lixo e todos os resíduos recicláveis gerado nas atividades da empresa são vendidos. A renda gerada com esta venda volta em forma de benefícios para os colaboradores, como premiações e presentes para os seus filhos na festa de encerramento de safra que acontece no final do ano;
5. Desde 2008 a empresa iniciou o processamento de outras frutas como forma de manter os funcionários que foram contratados durante a safra do açaí por todo o ano, fazendo com que não houvesse demissões em massa, após o período de safra;
6. Desde 2008 a empresa construiu um refeitório e tem fornecido desde então café da manhã e almoço para todos os seus colaboradores;
7. Desde 2009 a empresa tem a CIPA - comissão interna de prevenção de acidentes de trabalho, conforme exigido pela legislação devido o numero de funcionários, e contratou um técnico de segurança para

controlar a distribuição e o uso dos equipamentos de proteção individual, que são disponibilizados para todos os colaboradores;

8. Parte das sementes de frutas são destinadas a produção de óleos, cosméticos, replantio e para a elaboração de novos produtos alimentícios, o caroço do açaí também é doado para uma representante do artesanato do bairro em que a indústria está localizada, e estas sementes são utilizadas na confecção de artesanatos regionais, que são comercializados em feiras de artesanato, não dispensando este material no meio ambiente, realizando com isso, o uso integral dos resíduos.
9. A empresa instalou em 2010 sua usina de tratamento de efluentes, para que os efluentes gerados na produção voltem ao meio ambiente sem apresentar riscos ambientais;
10. Em 2010 a indústria iniciou o programa de redução ao desperdício no qual foi chamado de “De olho no desperdício”, atualmente este programa se transformou no programa de excelência “Bela Conquista”, este programa, dentre outros objetivos, tem o papel de mensurar uso da energia elétrica e da água. Varias ações foram tomadas após este programa, como a conscientização em relação ao uso consciente e controlado de energia elétrica em todos os níveis da organização e a economia de água, e o incentivo para a redução de produtos defeituosos;
11. Hoje questões relacionadas com responsabilidade social, responsabilidade ambiental e sustentabilidade fazem parte das pastas de reunião dos sócios da empresa. Existem planos de ministrar cursos de informática e doação de computadores para uma associação ribeirinha fornecedora de frutos, como incentivo à educação e à inclusão digital; outro plano futuro é o curso de artesanato para as esposas dos colaboradores ou moradoras do bairro no qual a empresa está instalada como forma de geração de dinheiro e renda; já é pensado inclusive em relação a embalagens ecologicamente corretas e campanhas de valorização e reciclagem.

Algumas destas ações foram tomadas para o cumprimento da legislação, como a contratação do técnico de segurança, a implantação da CIPA e a instalação da estação de tratamento de resíduos, enquanto as outras foram geradas de forma voluntária pela organização. Para Barbieri (2007), uma atitude tida como responsável e coerente com o desenvolvimento sustentável é a auto-regulação, a qual algumas organizações estabelecem.

Observa-se que a empresa encontra-se de acordo com os princípios determinados pela Organização Internacional do Trabalho – OIT, que abordam acerca de direitos e princípios mínimos e fundamentais aos trabalhadores com destaque a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou obrigatório, a abolição efetiva do trabalho infantil e a não discriminação no emprego ou ocupação.

A venda dos caroços de açaí e a utilização das sementes das frutas, assim como o tratamento de efluentes líquidos, seguem os princípios da tecnologia de controle e tratamento dos resíduos, que é conhecida como tecnologia *end of pipe*. Esta atitude reduz a carga poluidora, minimizando os impactos ambientais (PAWLOWSKY, 1998). Estando de acordo com a abordagem de Barbieri (2004) que considera que os efluentes devem ser captados, tratados e dispostos por meio de tecnologias de controle da poluição no final do processo produtivo, além de atender as prioridades recomendadas pelos capítulos 19, 20 e 21 da Agenda 21, que tratam do manejo ambientalmente saudável de resíduos.

O programa Bela Atitude, o qual incentiva a coleta seletiva, a reciclagem dos resíduos e gera benefícios sociais aos colaboradores, segue alguns dos princípios recomendados pela *Environmental Protection Agency* (EPA), órgão ambiental americano que recomenda uma política com a seguinte ordem de prioridades: redução do lixo, reciclagem, incineração e disposição final. Porter e Linde (1993) consideram ações relacionadas à prevenção de poluição, e utilização completa dos recursos como inovações que são capazes de melhorar a qualidade e ao mesmo tempo reduzir os custos de forma eficiente.

A preocupação com desperdícios, os programas de controle do uso de energia, a redução de produtos defeituosos e a economia de água demonstrada pela empresa através do programa Bela Conquista, evidenciam harmonia com os conceitos de produção limpa conforme determinado pela Conferência de

Estocolmo de 1972. E, ainda, estão de acordo com o conceito de tecnologia limpa enfatizada por Barbieri (2004), que determina o alcance de três propósitos distintos e complementares entre si: lançar menos poluição ao meio ambiente, gerar menos resíduos e consumir menos recursos naturais, primando pela racionalização e redução dos recursos não renováveis.

A atuação da empresa em relação aos problemas ambientais decorrentes das suas atividades podem ser incorporação na estratégia empresarial (BARBIERI, 2004), e gerar benefícios conforme enfatizado por North (1997) *apud* Barbieri (2007), como: melhorias na imagem institucional, renovação do portfólio de produtos, produtividade aumentada, maior comprometimento dos funcionários e melhores relações com autoridade públicas, comunidades e grupos ambientalistas ativistas, acesso assegurado aos mercados externos; e maior facilidade para cumprir os padrões ambientais.

No entanto, um dos pontos fracos observados é que a empresa não possui formalmente uma gestão socioambiental, apenas ações isoladas. As organizações precisam ter algumas premissas didáticas para introdução de gestão ambiental e responsabilidade social como: a introdução da idéia de estratégias ambientais e de responsabilidade social no negócio; analisar o conceito de mercado, cenário e concorrência; e introdução do conceito de cadeia produtiva/cadeia de agregação de valores com definições dos principais fornecedores, processos produtivos e clientes, deste modo é evidente que a organização analisada necessita transcorrer por estas etapas.

5-Considerações Finais

A responsabilidade socioambiental é um tema de grande abrangência, porém pequenas ações voluntárias, o cumprimento da legislação e a implantação de programas socioambientais, podem gerar inúmeros benefícios, não somente ao meio ambiente, mas a empresa como um todo.

As organizações ganham vantagens competitivas e melhores resultados ao passo que são voluntárias em suas ações ambientais, pois se agirem somente após regulamentações e leis eles estarão em uma posição de defesa, e com isso podem até perder parcelas de mercado. Empresas preocupadas com as questões ambientais se destacam no mercado, devido seu diferencial em relação à preservação do meio

ambiente. Não basta apenas seguir leis e normas o necessário é que a organização como um todo esteja consciente, pois a responsabilidade socioambiental vai além de um mero cumprimento da legislação. No que tange ao desenvolvimento local é sabido que se faz necessário serem tomadas ações nas dimensões econômica, social, humana, sustentabilidade e educacional, assim foi possível identificar, por meio das entrevistas que a empresa contribui para o desenvolvimento local.

A empresa segue os princípios recomendados pela OIT, que rege os direitos e princípios mínimos aos trabalhadores. Procura, também, seguir os princípios da tecnologia de controle e tratamento dos resíduos para reduzir os impactos ambientais, implementa programas de controle do uso de energia com bons resultados, redução de produtos defeituosos e economia de água.

Contudo, é necessário ampliar suas ações por meio de parcerias com setores públicos com intuito de aumentar sua contribuição colaborando com suas políticas e ações sociais, ambientais e educacionais.

Algumas abordagens teóricas que discutem a estratégia empresarial consideram que os problemas ambientais devem ser tratados como questões estratégicas da empresa. Portanto, devem estar relacionados com a busca de uma situação vantajosa no seu negócio atual ou futuro, deste modo o envolvimento da Bela Iaçá por meio das suas ações socioambientais faz com que estas questões adquiram importância estratégica, podendo proporcionar benefícios positivos a imagem da empresa junto ao mercado e contribuir como uma vantagem competitiva em relação a outras organizações.

Referencias

AGENDA 21 Local. O que é Agenda 21? Disponível em: http://www.bage.rs.gov.br/agenda21/?page_id=37> Acesso em: 15 ago. 2011.

ANDRADE, R. C. S. **Os impactos de uma IES para o desenvolvimento local: análise da inserção da UNIGRANRIO para o desenvolvimento local no Município de Duque de Caxias**. Dissertação (mestrado em Administração de Empresas) – Universidade do Grande Rio, rio de janeiro, 2011.

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

BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento e Meio Ambiente: As Estratégias de Mudança da Agenda 21**. Petrópolis, RJ; Vozes, 2005.

BARBIERI, J. C. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e Instrumentos**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBIERI, J.C. **Organizações inovadoras sustentáveis**. São Paulo: Atlas, 2007.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BASTOS, M. do S.R.; OLIVEIRA, M.E.B. de; MACHADO, T.F. **Diagnóstico setorial da agroindústria de polpa de fruta na região Nordeste**. Fortaleza: Embrapa-CNPAT, 1998. (Embrapa-CNPAT. Boletim de Pesquisa, 22).

BELIK, W.; BOLLIGER, F. P.; SILVA, J. G. Delimitação conceitual da agroindústria e evidências empíricas para o estado de São Paulo. *In*: MONTOYA, M. A.; PARRÉ, J. L. **O agronegócio brasileiro no final do século XX, UFP**. Passo Fundo, 2000.

BELISÁRIO, J. S. A agroindústria familiar. *In*: A Agricultura Capixaba no limiar do Século XXI – Ameaças e Oportunidades, **Anais**, Vitória. 1998.

BROW, J. G. **Aperfeiçoamento das agroindústrias nos países em desenvolvimento. Finanças e Desenvolvimento**, Brasília, v. 6, n. 2, jun. 1986.

CAMPEÃO, P. **Sistemas locais de produção agroindustrial: um modelo de competitividade**. Tese (Doutorado), UFSCar, 2004.

CANDIL, R. F. M.; ARRUDA, E. J. ; ARAKAKI, A. H. O Cumbaru (*Dipteryx alata* Vog.), o desenvolvimento local e a sustentabilidade biológica no assentamento Andalucia, Nioaque/MS. *Interações* (UCDB), v. 8, p. 75-80, 2007.

COMISSÃO EUROPEIA. **Livro verde : Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas**. Bruxelas: 2001. Disponível em: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf Acessado em: 03/09/2011

COSTA, F de A; ANDRADE, W. D. C. de; SILVA, F. C. F. da. **O processamento de frutas no Nordeste Paraense e Região Metropolitana de Belém: um arranjo produtivo emergente**. Rede de Pesquisas em Sistema e Arranjos Produtivos Locais, 2004.

DAFT, R. L. **Administração**. Tradução. 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 1999.

FRANCO, A. **O conceito de capital social e a procura de um índice sistêmico de desenvolvimento local integrado e sustentável**. *In*: SILVEIRA, C. M. e REIS, L. C. *Desenvolvimento Local, Dinâmicas e Estratégias*. Rede DLIS/RITS, pp. 153-162. Rio de Janeiro, 2001

FRANCO, A. Por que precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável? **Revista Século**

XXI, n. 3. Millenium - Instituto de Política, Brasília, 2000.

GUINDANI, R. A. **Subsídios para a implantação do sistema de gestão ambiental para as empresas de fruticultura de clima temperado: um estudo de caso.** 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

IBGE. **Indicadores da Produção Industrial.** Rio de Janeiro, 2010. (Pesquisa Industrial Produção Física – Agroindústria) Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1681&id_pagina=1&titulo=Agroindustria-cresce-6%-no-primeiro-semester. Acesso em: 30 jul. 2011.

IBRAF, Instituto Brasileiro de Frutas, Disponível em: <http://www.ibraf.org.br/imprensa/0901_FrutasBrasileirasAscensao.asp> Acessado em: 02/09/2011.

JUNIOR, J. S. S.; QUINTELLA, R. H. Instrumentalização do Desenvolvimento: Teorias, Conceitos e Indicadores. **Revista Organizações e Sociedade.** Volume 15, n° 45. Bahia, 2008.

LAVORATO, M. L. A.; MARCONDES, A. W.; RUSCHEL, R. R. (Org.) **Benchmais: as 85 melhores práticas em gestão socioambiental do Brasil.** São Paulo: Mais Projetos: Instituto Envolverde; cotia: Ruschel & Associados Marketing Ecológico. 2007.

LOUETTE, A. **Compêndio para a sustentabilidade: Ferramentas de Gestão de Responsabilidade Socioambiental, Uma Contribuição para o Desenvolvimento Sustentável.** 2. ed. São Paulo: WHH, 2008.

MARTINELLI, P. D. ; JOYAL, A. **Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas.** 2ª ed. São Paulo: Ed. Manole, 2004.

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

OIT, Organização Internacional do Trabalho. Disponível em: <http://www.oit.org.br/search/node/%25menu_tail>. Acessado em: 03/09/2011.

PAWLOWSKY, U. **Curso de mestrado em tecnologia química, área de concentração tecnologia de alimentos.** Curitiba: UFPR, 1998. 105 p. Apostila da Disciplina Tratamento de Efluentes Industriais.

PORTER, M.; KRAMER, M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard Business Review**, 2006.

PORTER, M. E.; LINDE, C. V. D. Verde e competitivo: acabando com o impasse. In: PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais.** Rio de Janeiro: Campus. 1993

REINHARDT, D. H. Avanços Tecnológicos na Fruticultura Tropical. **Informativo da Sociedade Brasileira de Fruticultura**, Brasília, v.15, n.4, p.18-21, 1996.

RODRIGUES, A. B. Turismo e Desenvolvimento Local. São Paulo: Hucitec, 1997.

SAMPAIO, A. V. **A agroindústria e a geração de emprego no município de Vera Cruz, Estado de São Paulo**. 1995. Dissertação (Mestrado em Agronomia) - Escola Superior de Agronomia Luiz de Queiroz, Piracicaba-SP, 1995.

SANTANA, A. C. de. **Mercado e comercialização do produto açaí**. Belém: Universidade Federal Rural da Amazônia, 2003.

SANTANA, A. C. de, Análise do desempenho competitivo das agroindústrias de polpa de frutas do Estado do Pará. **Revista de Economia e Agronegócio**, v.2., n.4, out/dez 2004.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**, 1911. Edição brasileira – Ed. Nova Cultural, Série “Os Economistas”, 1988.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

SILVA, M. C. N. **Competitividades das Agroindústrias de polpa de frutas das mesorregiões Metropolitana de Belém e Nordeste Paraense (1996 a 2003)**. Belém: Unama, 2006.

SILVEIRA, C.; BOCAYUVA, C.; ZAPATA, T. **Ações integradas e desenvolvimento local: tendências, oportunidades e caminhos**. São Paulo: Instituto Pólis, PGPC/Eaes/ FGV, 2001.

SOUSA, J. W. **Tendências de isomorfismo na estruturação do campo organizacional das agroindústrias exportadoras de açaí (*Euterpe Oleracea* Mart.) no nordeste paraense**. (Dissertação de Mestrado) Belém: Unama, 2011.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZAPATA, T.; Desenvolvimento Local: Estratégias e Fundamentos Metodológicos. *In*: SILVEIRA, C. M. e REIS, L. C. **Desenvolvimento Local, Dinâmicas e Estratégias**. Rede DLIS/RITS. Rio de Janeiro, 2001.