



V. 7, n. 1, p. 09 – 12, jan - mar, 2013.

ISSN 2317-3122

Editora do GVAA – Grupo Verde de Agroecologia e Abelhas – Pombal – PB - Brasil [www.gvaa.org.br](http://www.gvaa.org.br)

Revista RBGA: <http://www.gvaa.org.br/revista/index.php/RBGA>

Autores

*João Cavalcante Feitosa*<sup>1</sup>  
*Wellington Ferreira de Melo*<sup>2</sup>  
*Juciê de Sousa Almeida*<sup>3</sup>  
*Glauber Antonio de Sousa*<sup>4</sup>  
*Isidro Patrício de Almeida Neto*<sup>5</sup>  
*Alcides Almeida Ferreira*<sup>6</sup>  
*Debora Ferraz Moura Alves de Sousa*<sup>7</sup>

\*Autor para correspondência

Recebido para publicação em 10/09/2012. Aprovado em 12/03/2013.

<sup>1</sup> Economista. Especialista em Gestão de Pessoas. E-mail: [joao.espsousa@hotmail.com](mailto:joao.espsousa@hotmail.com)

<sup>2</sup> Administrador. Mestrando em Sistemas Agroindustriais. E-mail: [wellingtonabcd@gmail.com](mailto:wellingtonabcd@gmail.com)

<sup>3</sup> Geógrafo. Mestrando em Sistemas Agroindustriais. E-mail: [juciesalmeida@gmail.com](mailto:juciesalmeida@gmail.com)

<sup>4</sup> Eng. Agro. Da Vigilância Sanitária – Jerico – PB

<sup>5</sup> Aluno do Mestrado em Sistemas Agroindustriais - CCTA/UAGRA/UFCG

<sup>6</sup> Aluno do Mestrado em Sistemas Agroindustriais - CCTA/UAGRA/UFCG

<sup>7</sup> Aluno do Mestrado em Sistemas Agroindustriais - CCTA/UAGRA/UFCG

REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO AMBIENTAL  
GVAA – GRUPO VERDE DE AGROECOLOGIA E  
ABELHAS – POMBAL – PB - BRASIL

*Nota Técnica Científica*

## *Ética e responsabilidade social em laticínio do município de Tenente Ananias - RN: Estudo de caso*

### RESUMO

A pesquisa explorou a realidade do Laticínio A, empresa de pequeno porte localizada na cidade de Tenente Ananias, no estado do Rio Grande do Norte. Para a realização do estudo foi tomada como metodologia o estudo de caso, considerada a ferramenta metodológica mais apropriada para a este tipo de trabalho de campo. Para a coleta dos dados foram aplicadas entrevistas não estruturadas junto à gerência do Laticínio A, no período de 01 a 03 de julho de 2012 e a análise desses correlacionou os resultados com a fundamentação teórica referente. O objetivo geral foi descrever os princípios éticos e as práticas socialmente responsáveis da empresa; de modo específico conhecer os princípios éticos que norteiam a organização, caracterizar os processos de gestão e responsabilidade social na empresa e traçar o perfil das ações éticas e socialmente responsáveis.

**Palavras-chave:** Ética; Responsabilidade Social; Gestão de Pessoas.

## *Ethics and social responsibility in the municipality of dairy Tenente Ananias - RN: Case study*

### ABSTRACT

The research explored the reality of The Dairy, small business in the city of Lieutenant Ananias, in the state of Rio Grande do Norte. For the study was taken as the case study methodology, considered the most appropriate methodological tool for this type of field work. For data collection were applied unstructured interviews with management of The Dairy, in a period from 01 July 3, 2012 and the analysis of these correlated the results with the theoretical referent. The overall objective was to describe the ethical and socially responsible business practices; specific way to know the ethical principles that guide the organization, to characterize the processes of management and social responsibility in business and profile of ethical and socially responsible actions.

**Keywords:** Ethics, Social Responsibility, People Management

## INTRODUÇÃO

Ética e responsabilidade social caminham juntas e quando a questão é abordada sob a ótica ou sob o contexto de organizações empresariais esses pilares marcham, além de juntos, em consonância com a gestão de pessoas do quadro formado pelo capital humano da empresa e com a comunidade, assim como com o mercado e com o meio ambiente.

Este estudo de caso explorou a realidade do Laticínio A, empresa de pequeno porte localizada na cidade de Tenente Ananias, no estado do Rio Grande do Norte. “Laticínio A” é denominação adotada nesta pesquisa para designar o nome da indústria investigada em atendimento à solicitação da presidência da mesma para publicação deste trabalho. Os produtos comercializados pela organização pesquisada são todos comercializados no estado do Rio Grande do Norte. A empresa investigada foi fundada em meados dos anos noventa e conta atualmente com trinta e três colaboradores diretos.

O objetivo deste estudo foi descrever os princípios éticos e as práticas socialmente responsáveis da empresa Laticínio A. De modo específico, conhecer os princípios éticos que norteiam a organização, caracterizar os processos de gestão e responsabilidade social na empresa e traçar o perfil das ações éticas e socialmente responsáveis.

## MATERIAIS E METODOS

Para a realização desta pesquisa foi tomada como metodologia o estudo de caso, considerada a ferramenta metodológica mais apropriada para a pesquisa de campo no Laticínio A, empresa de pequeno porte localizada na cidade de Tenente Ananias, no estado do Rio Grande do Norte.

Para Gil (2009, p. 8), “o que fica mais evidente é a natureza holística dos estudos de caso. Ou seja, a proposta de investigar o caso como um todo considerando a relação entre as partes que o compõe”.

Embora mais utilizada pelas ciências sociais, o estudo de caso não perde em mérito ou valor para qualquer outro método. Para Cervo, Bervian, Silva (2007, p. 14), “as razões explicativas de uma questão só podem ser intelectuais ou racionais. As razões que a razão desconhece, as razões da arbitrariedade, do sentimento e do coração nada explicam nem justificam no campo da ciência”.

Assim, esta pesquisa valeu-se de abordagens descritivas e exploratórias.

**Estudos de caso descritivos** são desenvolvidos com o propósito de proporcionar a ampla descrição de um fenômeno em seu contexto. Procuram fornecer respostas a problemas do tipo “o que?” e “como?”. Mas diferem significativamente dos estudos descritivos de natureza quantitativa, pois não buscam descrever com precisão as variáveis em estudo, nem a relação que se estabelece entre elas. Antes, procuram identificar as múltiplas manifestações do fenômeno e descrevê-los de formas diversas e sob pontos de vista diferentes (Gil, 2009, p. 50, grifos originais).

Cervo, Bervian, Silva (2007, p. 63-64) esclarecem que a pesquisa exploratória “realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre seus elementos componentes”. Para os autores, “esse tipo de pesquisa requer planejamento bastante flexível para possibilitar a consideração dos mais diversos aspectos de um problema ou de uma situação”.

Para a coleta dos dados foram aplicadas entrevistas não estruturadas junto à gerência do Laticínio A no período de 01 a 03 de julho de 2012 e a análise desses dados correlacionou os resultados com a fundamentação teórica referente.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Laticínio A, assim denominado por solicitação de sua presidência ao optar pelo uso de um pseudônimo para publicação desta pesquisa, tem sede na cidade de Tenente Ananias, no estado do Rio Grande do Norte, e comercializa seus produtos apenas dentro do próprio estado.

A organização investigada foi fundada em meados dos anos noventa e conta atualmente com trinta e três colaboradores diretos. Para a gerência de recursos humanos do Laticínio A, ter oito mulheres entre os trinta e três colaboradores é um indicador de que a empresa não faz diferenciação, no ato da seleção ou da contratação, entre homens, mulheres, grupos étnicos ou pessoas com deficiência.

A empresa reconhece que não incentiva os seus trabalhadores a desenvolverem uma carreira a longo prazo, por exemplo, através de um processo de avaliação do seu desempenho ou de um plano de formação. Entretanto, considera que valoriza os seus colaboradores ao considerar opiniões e pareceres, emitidos ou apresentados nas reuniões mensais, sobre temas fundamentais ao progresso da indústria. São igualmente apontados como indicadores de valorização do capital humano o plano de saúde para colaborador e família, segurança e apoio social, e a oferta de equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar, admitindo, por exemplo, horários de trabalho flexível ou permitindo o trabalho em casa.

Peter Drucker (2002, p. 115) esclarece que:

Hoje todas as organizações dizem: “As pessoas são nosso maior ativo”. Entretanto poucas praticam aquilo que pregam e menos ainda acreditam nisso. A maioria ainda acredita, embora talvez não conscientemente, naquilo que acreditavam os empregadores do século XIX: as pessoas precisam mais de nós do que nós delas. Porém, as organizações precisam atrair pessoas, retê-las, reconhecê-las, recompensá-las, motivá-las, servi-las e satisfazê-las.

Sobre os aspectos ambientais da responsabilidade social, a gerência do Laticínio A admite que conseguiu reduzir o impacto ambiental da empresa em termos de economia de energia, assim como atenuou esses impactos ao reciclar resíduos, ao utilizar filtros para diminuir a emissão de gases poluidores na atmosfera, assim como com o tratamento da descarga de efluentes em rios e

outros corpos d'água. Essa preocupação parte do desenvolvimento de novos produtos e serviços, que tem em conta impactos ambientais em potencial, como por exemplo, avaliando a utilização de energia, as possibilidades de reciclagem ou a emissão de substâncias poluentes – as medidas nascentes dessa preocupação são aproveitadas para vencer a concorrência, ao reverter em lucro à possibilidade de reciclagem dos produtos e a eficiência energética, além do ganho ético e socioambiental.

Para a organização investigada, as medidas ambientais citadas protegem a natureza. Entretanto, a empresa também admite que ainda não conseguiu reduzir os impactos proporcionados pelo uso de transportes não sustentáveis e, ainda, que não disponibiliza informação ambiental clara e precisa sobre os seus produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores e comunidade local.

Segundo Ashley (2004), são bases a serem considerados pelas organizações que buscam o status de socialmente responsáveis na dimensão ambiental: o destino dado ao esgoto; o destino dado aos dejetos industriais; o controle da poluição sonora; o planejamento da impactação visual (com vistas a controlar a poluição visual); o controle da origem de matérias-primas (mesmo que sejam fornecidas por outras instituições, deve-se investigar a origem); e o desenvolvimento de projetos socioambientais, como a implantação de um viveiro de mudas sem finalidades lucrativas (doação aos interessados e plantio em áreas públicas)

Quanto ao relacionamento com o mercado, a organização considera que atende com atenção as reclamações de clientes e fornecedores, registrando denúncias, críticas e sugestões através de serviço de atendimento ao consumidor e que faz questão de em todas as suas negociações procurar sempre o ganha-ganha, sem jamais fugir da ética, atuando, inclusive, como parceira de empresas concorrentes em situações críticas de falta de insumos ou outras que exijam o concurso de quem atua no setor de laticínios.

No tocante as políticas relativas à comunidade, a organização proporciona oportunidades de estágio ou de trabalho para jovens e também para grupos de pessoas consideradas desfavorecidas ou que sofrem qualquer preconceito. Segundo a gerência do Laticínio A, a empresa está sempre aberta ao diálogo com a comunidade para qualquer questão que envolva direta ou indiretamente a empresa, fazendo questão de priorizar, como forma de fomento a economia local e a geração indireta de renda, aquisições comerciais no mercado local. Ainda sobre este aspecto, são inúmeros os patrocínios dispensados a organizações beneficentes e a eventos que procuram atenuar a dor e o sofrimento dos mais necessitados.

Em arremate as discussões, a empresa declarou não possuir um código de valores e regras de conduta, embora afirme que os seus colaboradores são cientes dos valores e regras de conduta aceitos ou determinados pela direção da organização.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A organização Laticínio A possui indicadores éticos e socialmente responsáveis que condizem com a teoria especializada, contanto ainda necessite, por exemplo, elaborar o seu código de conduta e amadurecer prioridades e processos tanto relativos a carreiras dos colaboradores como quanto às questões ambientais, sociais e de mercado.

Nesta discussão, do que é responsabilidade social, costumeiramente, há uma confusão com prática de caridade ou patrocínio de algum evento. Uma ação socialmente responsável não será simplesmente doar alimento para quem tem fome, principalmente de modo esporádico, ou outra prática do gênero. No contexto da responsabilidade social, a criação e a manutenção de uma política ou de um programa que transforme a realidade social da comunidade assistida será mais eficiente, mais digno e mais ético do que, embora de boa fé, dar uma esmola ou algo apelidado de patrocínio.

Deste modo, tomando apontamentos de Ashley (2004), quanto a políticas relativas à comunidade, são sugestões finais a serem consideradas pela organização investigada: o desenvolvimento de palestras comunitárias com profissionais da empresa (em horário remunerado pela instituição); o desenvolvimento de projetos sociais no bairro onde está inserido (horta comunitária, brinquedoteca, curso de corte e costura, etc.); o relacionamento colaborativo com equipamentos sociais (escolas, hospitais, creches, etc.); o financiamento de ações sociais, culturais e ambientais desenvolvidas por organizações da sociedade civil (associações, fundações, institutos, etc.); e a promoção do voluntariado entre seus atores internos (funcionários, fornecedores e diretores).

## REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. Curitiba: Ibepex, 2010.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social**. São Paulo: Saraiva, 2004.

AUSTIN, J. E. **Parcerias: fundamentos e benefícios para o terceiro setor**. São Paulo: Futura, 2001.

BRITO, Juscelino Carvalho de; ITOZ, Clarete de. **Balço social e ambiental**. Palmas: Fundação Universidade do Tocantins, 2007.

CALDERON, Adolfo Ignácio. Responsabilidade social: desafios à gestão universitária. Estudos: **Revista da Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior**, Brasília, ano 23, n. 34, abr. 2005.

CAMARGO. Mariângela Franco de. **Gestão do terceiro setor no Brasil**. São Paulo: Futura, 2001.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CRUZ, M. C.; ESTRAVIZ, M. **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Global, 2000.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Introdução à Administração**. 3. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

DUPRAT, Carla Cordery. **A empresa na comunidade: um passo-a-passo para estimular sua participação social**. São Paulo: Global; Porto Alegre: Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, 2005.

FERNANDES, R. C. **Privado porém público**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

INSTITUTO ETHOS (2005). Disponível em: <<http://www.gestipolis.com/canales5/fin/educac1.jpg>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

MACHADO FILHO, C. P. **Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações**. São Paulo: Pioneira/Thomson Learnig, 2006.

MATOS, Francisco G. **Ética empresarial e responsabilidade social**. Disponível em: <<http://www.ceris.org.br/rse/eticaempr.asp>>. Acesso em 16 jun. 2012.

MORAES, N. R. **As empresas e o atendimento às demandas sociais em Bauru/SP: responsabilidade ou marketing?** 140f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Faculdade de História, Direito e Serviço Social, UNESP, Franca, 2005.

NOLETO, M. J. **Parcerias e alianças estratégicas: uma abordagem prática**. São Paulo: Global, 2000.

SOLOMON, Robert C. **Ética empresarial**. Disponível em: <<http://mestreclaudio.pro.br/bd.php?ss=12&id=431>>. Acesso em: 16 jun. 2012.