

# **GESTÃO SÓCIO-AMBIENTAL EM UMA EMPRESA FABRICANTE DE REFRIGERADORES: UM ESTUDO DE CASO NA METALFRIO SOLUTIONS S.A.**

## **AUTORES**

**GERALDINO CARNEIRO DE ARAÚJO**

FIRB - Faculdades Integradas Rui Barbosa

geraldino.araujo@gmail.com

**DEBORA MILANEZ DOS SANTOS**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

demilanez@gamil.com

**Resumo:** Este trabalho descreve a responsabilidade sócio-ambiental na empresa Metalfrío Solutions S.A. Três Lagoas/MS, traçando o perfil organizacional, apresentando as ações organizacionais em relação à gestão ambiental e social, buscando descrever os benefícios desta gestão sócio-ambiental. Um dos desafios encontrados pelas empresas brasileiras tem sido exercer uma forma balanceada de gerenciar seus negócios, não atendendo exigências da competitividade do mercado apenas, mas contemplando aspectos do desenvolvimento sustentável e atendendo às reivindicações da sociedade civil. Sendo esta pesquisa um conjunto de procedimentos sistemáticos através do emprego de métodos científicos. A entrevista estruturada permite a captação imediata e coerente da informação desejada, a delimitação de um único objeto de estudo faz com que os resultados não possam ser generalizados a outros objetos ou fenômenos e na pesquisa qualitativa considera a existência de uma relação dinâmica entre mundo real e sujeito, não empregando assim instrumentos estatísticos na base do processo de análise do problema. Na atualidade as organizações, sabem que não existem bons negócios em sociedades falidas, por isso, a mentalidade dos empresários quanto ao desenvolvimento sustentável está cada dia mais se ajustando ao cotidiano das organizações. Constatou-se que a organização possui consciência de uma gestão voltada para as pessoas e o ambiente, e prevenindo possíveis impactos ambientais e utilizando adequadamente os recursos naturais.

**Palavras-chave:** Social, Ambiental, Certificação.

**Abstract:** This work describe responsibility associate ambient in the company Metalfrío Solutions S.A in Três Lagoas/MS, tracing the profile organization, presenting the actions organization in roll conduct ambient and associate, searching describe the benefices of this conduct associate ambient. The Brazilians enterprises to come across in a challenge in manage the business form moderate, no attending exigency of competition only of market but pondering aspect of development maintenance and attending the vindication of society civilian. This research is a whole of process systematics through employment of methods scientifics. The interview structure permit act of captivating immediate and coherent of information wished, the delimitation the only object of study do that the results can't be generalize with another objects or phenomenon and in search quality consider existence in a roll dynamics between reality world and subject, but no employ instruments statistics in base of the process problem's analysis, In the present time the organizations know that no exist good business in society bankrupt, therefore, the mentality of entrepreneur as for development maintenance are every day more adjusting in quotidian's organization. Consist of organizations to possess conscience a conduct indicated to people and to ambient, and the organization is preventing possible impact environment and the organizations are utilizing recourse natural adequate.

## **1. Introdução**

A economia mundial está sofrendo grandes transformações resultantes da globalização. Muitas companhias brasileiras têm desenvolvido práticas significativas de gestão socialmente responsável, mas o principal desafio encontrado por elas tem sido o de exercer, de uma forma balanceada, a gerência de seus negócios, não apenas atendendo às exigências da competitividade dos mercados, mas também contemplando aspectos do desenvolvimento sustentável e atendendo às reivindicações da sociedade civil. Parte desse desafio consiste em traduzir em realização efetiva, o discurso, a boa vontade e a conscientização crescente dos dirigentes empresariais.

A gestão do meio ambiente é da alçada dos atores econômicos, tão importante como, ou até mais do que dos grupos de pressão, das administrações políticas e das instituições nacionais e internacionais. Neste contexto encontra-se uma nova forma de gerir os negócios com a gestão dos recursos naturais, assim como a gestão dos recursos humanos, sendo uma invenção um, tanto quanto laboriosa, porém tornou-se bem-sucedida na atual situação global dos atores econômicos do mundo industrializado. Com a face da contestação social acredita-se que esta deverá tornar-se um corpo coerente de métodos, ferramentas e estratégias a ser consignado o mais rapidamente possível pelas empresas (BACKER, 1995).

Com atenção à sociedade, ao meio ambiente e ao mercado de trabalho, o mundo dos negócios gerou um tema preocupante, a responsabilidade sócio-ambiental. Sendo este um tema de várias discussões por parte das empresas brasileiras, tentando compreender este conceito, suas dimensões e incorporá-lo à realidade das organizações, afinal este é um item de relevância quando se trata de competitividade.

Cada dia mais empresas incorporam a seus negócios os princípios de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Estabelecendo novos marcos de atuação nestas áreas para auxiliar o crescimento e o desenvolvimento sustentável de determinadas regiões. Na atual realidade das organizações, sabe-se que não existem bons negócios em sociedades falidas, no entanto, a mentalidade dos empresários quanto ao desenvolvimento sustentável está cada dia mais se ajustando ao cotidiano das organizações. O presente artigo tem o objetivo descrever a responsabilidade sócio-ambiental na empresa Metalfrio Solutions S.A. de Três Lagoas, Mato Grosso do Sul.

## **2. Gestão Sócio-Ambiental**

Nas últimas décadas acumularam-se evidências de que o desenvolvimento econômico alcançado por alguns e perseguido por muitos países estava causando efeitos trágicos sobre o meio ambiente e conseqüentemente às futuras gerações. Uma resposta às preocupações sobre o crescente impacto da atividade humana sobre os recursos naturais veio em 1983, quando a ONU (Organização das Nações Unidas) criou a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, para discutir e propor meios de harmonizar os dois objetivos - desenvolvimento econômico e conservação ambiental. Presidida pela primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, a Comissão produziu o relatório intitulado de “Nosso Futuro Comum” e a definição mais aceita para desenvolvimento sustentável: aquele que é capaz de suprir as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

Várias são as motivações que podem incentivar as empresas a adotarem um Sistema de Gestão Ambiental (SGA): imagem, lucro, qualidade de vida, pressão de mercado etc. E ao incorporar a variável ecológica e adotar o SGA como uma estratégia para que a empresa mobilize-se interna e externamente, a empresa deve buscar continuamente soluções para três questões fundamentais: onde estamos; onde queremos chegar e como chegar lá. Para Moraes (1997), é cada vez, mais questionado o paradigma cartesiano-newtoniano, caracterizado por

uma visão fragmentada da realidade e desconectada do contexto. O novo paradigma adota uma visão ecológica que prevê a alteração entre o ser humano, os demais organismos vivos e o mundo da natureza, visando ao desenvolvimento sustentável.

Um grande desafio do desenvolvimento sustentável é melhorar, através de políticas adequadas, a qualidade de vida das pessoas sem desconsiderar as relações entre o ser humano e a natureza. Necessita, portanto, da participação de todos os fatores sociais e exige mudanças não só no processo produtivo das empresas, mas também ao comportamento e consumo das pessoas. Em especial, observa-se que os empresários já repensam suas formas de gestão visando à economia de recursos e à minimização de danos ambientais. O ambiente em que operam as empresas tem sido alterado nas últimas décadas em decorrência desse contexto, obrigando-as a ter preocupações que vão além das considerações econômicas, incorporando também questões de caráter político-social como proteção ao consumidor, controle da poluição, segurança e qualidade de produtos, assistência médica e social, defesa de grupos minoritários etc. (DONAIRE, 1999).

Segundo Leonardi (1999), a Educação Ambiental ainda não adquiriu o *status* de política pública. A construção da cidadania envolve a consecução de políticas públicas, definidas de forma clara e discutidas com os segmentos da sociedade civil, o que ainda, não fazemos no atual estágio de nossa prática política. Reigota (1998) vai ainda mais além, ao enfatizar que a Educação Ambiental deve ser entendida como educação política, pois ela deve reivindicar justiça social e preparar os cidadãos a exigirem cidadania nacional e planetária, tendo sempre a ética presente nas relações sociais e com a natureza.

D'Ambrósio (1998) destaca que o simples acúmulo de conhecimentos disciplinares tem se mostrado insuficiente para resolver os problemas ambientais. Ele propõe a transdisciplinaridade, que é um enfoque holístico que procura elos entre peças que ficaram por muito tempo isoladas, recuperando as dimensões para a compreensão do mundo na sua integralidade. O autor não despreza a necessidade do conhecimento interdisciplinar e multidisciplinar (quando há integração de diferentes conteúdos de uma mesma disciplina), embora afirme que só será possível a visão plena da realidade se for subordinado ao conhecimento transdisciplinar.

Diversas estratégias vem sendo desenvolvidas para a execução de investimentos em responsabilidade sócio-ambiental. Além das parcerias com ONG's (Organizações Não-Governamentais), muitas empresas se preocuparam em desenvolver ações diferenciadas da filantropia tradicional, com soluções variadas: fundações, institutos, associações ou execução direta da política de responsabilidade social. A valorização da responsabilidade social das empresas fez com que estas passassem a publicar o balanço das atividades desenvolvidas nesta área. Em alguns casos, a ação das empresas vem apoiada em estratégias de divulgação e marketing, o chamado "marketing social" (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

Em tempos recentes, algumas ONG's empresariais criaram mecanismos para evitar que esses balanços sejam meras peças de marketing: a divulgação de dados relativos aos valores e à transparência das empresas passou a receber maior destaque. A tendência é que, cada vez mais, o balanço das empresas contenha, além dos investimentos em ações sociais e na preservação do meio ambiente, dados sobre a diversidade dos seus funcionários (mulheres, negros, portadores de deficiências), sobre o código de ética e o serviço de atendimento ao consumidor.

### **3. Gestão Social: as normas de certificação e a responsabilidade social**

A busca das empresas por uma atuação mais justa quanto às questões sócio-ambientais seria basicamente uma iniciativa espontânea das organizações para a construção de uma sociedade melhor e um meio ambiente mais saudável (FÉLIX, 2003). Portanto, a

responsabilidade social das empresas seria a integração voluntária das preocupações sociais e ambientais com suas operações comerciais e com suas relações junto aos representantes de suas áreas de influência.

Assim, ser socialmente responsável não significa apenas respeitar e cumprir devidamente as obrigações legais, mas sim, as empresas, por meio da mobilização de seus interlocutores, irem além de suas obrigações em relação a seu capital humano, ao meio ambiente e à comunidade, por perceberem que o bem-estar deles reflete em seu bem-estar. De acordo com Cappellin e Giuliani (1999), a responsabilidade social das empresas pode ser traduzida mais como uma mudança de paradigma de seu processo de gerar lucros em busca da excelência e plena realização.

Na busca de eficiência e excelência empresarial, parece não ser mais satisfatório a tradicional alquimia do cálculo custo-benefício com o aumento da produtividade e a ampliação das vendas no mercado. Os critérios de avaliação do sucesso começam a incorporar dimensões que vão além da organização econômica e que dizem respeito à vida social, cultural e à preservação ambiental. Pode-se dizer que a eficiência não é só “fazer as coisas bem”, segundo as regras de mercado, mas é “fazer as coisas boas” segundo princípios éticos (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

Esse conceito representou um novo paradigma ao desenvolvimento econômico que deve levar em conta o meio ambiente e a sociedade. Valores éticos são um importante componente da idéia de desenvolvimento sustentável, que pressupõe a melhoria da qualidade de vida humana e o respeito aos limites da capacidade de suporte dos ecossistemas (QUEIROZ, 2000).

Com o constante crescimento de discussões pelo mundo a respeito da responsabilidade social, a ISO (*International Organization for Standardization*) decide iniciar a redação da norma ISO 26.000 no ano de 2004, que será destinada a área da Responsabilidade Social. Com o objetivo de ser uma norma de diretrizes sem o propósito de certificação, sendo construída com base em iniciativas já existentes. Podendo ser aplicada em qualquer tipo de organização com um caráter de sistema de gestão.

As ações de uma organização que assume responsabilidade pelos impactos de suas atividades sobre a sociedade e o meio ambiente, onde estas ações: são consistentes como os interesses da sociedade e do desenvolvimento sustentável; são baseadas no comportamento ético, conformidade com a lei e instrumentos intergovernamentais; são integradas nas atividades diárias da organização (BELINKY, 2006, p. 12)

Estas são algumas definições preliminares de responsabilidades sociais que foram acordadas no encontro de Lisboa de 15 a 19 de maio de 2006. Ainda serão tratados e incluídos itens como: Filantropia, Cadeia de suprimentos/Cadeia de valor, Comunicação/Engajamento com *stakeholders* e transparência. Com base no diagnóstico do negócio, a norma da ISO 26.000 pretende oferecer um sistema de gestão, com um sistema de certificação, assim como as normas ISO 9.000 (qualidade) e ISO 14.000 (ambiental), são monitoradas por auditores independentes à empresa, esta nova norma também o será. Sendo o principal objetivo normatizar a aplicação da responsabilidade social, e não oferecer indicadores. Porém, é válido ressaltar que todas as discussões referentes a ISO 26.000 ainda são apenas discussões, ela será oficialmente lançada como norma em outubro de 2008.

A SA 8000 (*Social Accountability*) é uma norma de Sistema de Responsabilidade Social internacionalmente reconhecida, baseada nos princípios de onze Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança e na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Inicialmente foi publicada pela Agência de Credenciamento do Conselho de Prioridades Econômicas – CEPAA e revisada e publicada em 2001 pelo SAI (*Social Accountability International*). Foi desenvolvida para promover um negócio socialmente responsável e define as diretrizes de um sistema de gestão que inclui práticas relacionadas: à saúde e segurança, trabalho infantil,

trabalho forçado, liberdade de associações, discriminação, práticas disciplinares, horas de trabalho e remuneração (ARAÚJO, 2006).

#### **4. Gestão Ambiental: as normas de certificação e o sistema de gestão ambiental**

Sistema de gestão ambiental (SGA) é a parte do sistema de gestão global que inclui estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. O sistema de gestão ambiental (SGA) também é a parte do sistema de gestão que uma organização utiliza para desenvolver e implementar sua política ambiental e para gerenciar seus aspectos ambientais (ISO 14001, 2004).

No Brasil, já se pode dizer que grande parte das maiores empresas encontra-se familiarizada com os procedimentos para a implementação da ISO 14.001, norma aceita em âmbito internacional e nacional para a gestão do relacionamento da empresa com o meio ambiente. Na ISO 14.001, o levantamento dos aspectos e respectivos impactos ambientais é etapa básica e fundamental, pois é a partir daí que são definidos os objetivos e as prioridades da política ambiental corporativa.

Com efeito, um dos avanços atribuídos à segunda edição da ISO 14.001, de 2004, visava consolidar o papel primordial atribuído à identificação dos aspectos ambientais relevantes para o SGA (Sistema de Gestão Ambiental). Assim, já na introdução dessa segunda versão da norma, vem explicitado claramente que a referida norma visa especificar os requisitos para que um sistema de gestão ambiental capacite uma organização a desenvolver e implementar política e objetivos que levem em consideração requisitos legais e informações sobre aspectos ambientais significativos (ISO 14001, 2004).

É importante deixar claro que a ISO 14.001 não tem como objetivo estabelecer requisitos absolutos de desempenho ambiental, a serem alcançados por todas as organizações indistintamente, independente do seu porte ou área de atuação. Mesmo porque não seria razoável pretender tal nivelamento de desempenho ambiental, dadas as realidades de atuação das empresas tão diferenciadas entre si. O que visa estabelecer é o comprometimento de cada organização com os requisitos de desempenho acordados à priori em sua política ambiental. E, para a delimitação desses requisitos de desempenho para cada organização, a identificação dos aspectos ambientais assume caráter prioritário.

Pode-se afirmar que um importante avanço da segunda versão da norma ISO 14001 (2004) em relação à primeira versão (1996) foi justamente enfatizar o papel-chave da identificação dos aspectos ambientais para a construção de um sistema de gestão ambiental (SGA). Há que se reconhecer que, naquela primeira versão, ainda não havia essa clareza de percepção. As definições dadas para SGA em ambas às versões evidenciam esse avanço.

Sistema de gestão ambiental (SGA) é a parte do sistema de gestão global que inclui estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. O sistema de gestão ambiental (SGA) também é a parte do sistema de gestão que uma organização utiliza para desenvolver e implementar sua política ambiental e para gerenciar seus aspectos ambientais (ISO 14001, 2004).

Dessa segunda definição decorre, pois, que um SGA pode ser considerado eficaz quando ele consegue efetivamente implementar a política ambiental da organização em consonância com os aspectos ambientais relevantes identificados. Ou seja, quando são atingidos os objetivos ambientais traçados pela organização, a partir do diagnóstico feito com base em seus aspectos ambientais relevantes. Mas o que são aspectos ambientais relevantes? E como identificá-los?

Por aspecto ambiental entenda-se “o elemento das atividades ou produtos ou serviços de uma organização que pode interagir com o meio ambiente”. Um aspecto ambiental é

considerado relevante (ou significativo) quando ele tem ou pode vir a ter um impacto relevante (ISO 14001: 1996; 2004). Por sua vez, o impacto ambiental é caracterizado como — qualquer modificação do meio ambiente, adversa ou benéfica, que resulte, no todo ou em parte, dos aspectos ambientais da organização (ISO 14001: 2004). A relação entre o aspecto e o impacto pressupõe uma relação de causa-se efeito. Cabe destacar que essa explicitação do papel do aspecto ambiental na definição do impacto também não era feita naquela primeira versão da ISO 14001, que atribuía o impacto ambiental às modificações do meio ambiente decorrentes das atividades, produtos ou serviços de uma organização.

No entanto, há que se reconhecer que nem a ISO 14001 nem a ISO 14004 apresentam critérios objetivos para o estabelecimento do grau de significância dos impactos. É dito apenas que é recomendável que a organização estabeleça critérios e um método para determinar aqueles impactos que sejam considerados significativos. Não há um método único para que os aspectos ambientais significativos sejam determinados. Contudo, recomenda-se que o método utilizado forneça resultados coerentes e inclua o estabelecimento e a aplicação dos critérios de avaliação, tais como aqueles relativos às questões ambientais, questões legais e às preocupações das partes interessadas internas e externas (ISO 14001: 2006).

Para a identificação dos aspectos ambientais e a avaliação dos seus impactos associados, a ISO 14004 (1996) apresenta, a título de orientação prática, as quatro etapas a serem seguidas. Foi, pois, a partir dessa orientação genérica que as empresas passaram a desenvolver, em parceria com as universidades e consultorias especializadas, as suas metodologias específicas para avaliar o grau de significância dos impactos associados aos seus aspectos ambientais.

Considerando a etapa do planejamento, uma vez identificados os aspectos ambientais relevantes além dos requisitos legais e outros subscritos pela organização, passa-se à fase da formulação dos objetivos específicos, definição dos indicadores e estabelecimento / quantificação das metas a serem alcançadas. Se necessário, são também criados os programas para viabilizar o alcance daqueles objetivos estipulados. Em seguida, vêm as etapas da implementação e verificação (ou monitoramento) do SGA, no âmbito de um processo de melhoria contínua, conhecido como PDCA (*Plan-Do-Check-Act*). Enfim, no contexto da ISO 14001, que a identificação dos aspectos ambientais assume papel central no sentido de direcionar a condução do SGA.

Carvalho (2000), expõe que os diretores de uma empresa de consultoria e treinamento em gestão em São Paulo, deram importantes passos nesse sentido, sobretudo no que se refere à conceituação do que seja aspecto social e impacto social. Um dos aspectos sociais das organizações, considerando-se em sentido mais amplo, será qualquer elemento pertinente à forma de sua conduta e atitudes em relação a seus processos, operações, por fim, a suas atividades em geral e a seus produtos e serviços que afetam ou que podem afetar direta ou indiretamente, em fatores reais ou percentuais, a qualidade de vida, os meios de vida e a forma de organização de seus empregados, dos funcionários, da comunidade ou população, também em como o desempenho de outras organizações com as quais se relaciona.

E analisando este mesmo nicho, considera-se que um impacto social é qualquer mudança na qualidade de vida, nos meios de vida e na forma de organização dos funcionários, dos colaboradores, das comunidades ou populações, bem como de outras organizações afetadas pelos aspectos sociais da organização, que implicam alterações, adversas ou benéficas, na saúde, na segurança e no bem-estar físico e mental, no perfil das atividades sociais, econômicas e culturais, nas estruturas, nas relações e nas formas de trabalho, nos graus de escolaridade e qualificação, nos níveis de emprego e no salário, dentre outros.

## **5. Metodologia da Pesquisa**

A pesquisa científica é um conjunto de procedimentos sistemáticos, baseados no

raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para os problemas propostos através do emprego de métodos científicos (LAKATOS, 2001). Neste capítulo serão especificados os aspectos metodológicos usados para a pesquisa, verificando os métodos e técnicas pertinentes à busca do conhecimento do assunto.

**Tipo de pesquisa:** a caracterização do estudo como pesquisa exploratória, assim, busca-se conhecer com maior profundidade o assunto, do modo a torná-lo mais claro ou construir questões importantes para a condução da pesquisa. Uma das características da pesquisa exploratória consiste no aprofundamento de conceitos preliminares sobre determinada temática não contemplada de modo satisfatório anteriormente (BEUREN, 2004). De acordo com Lakatos (2001) pesquisa exploratória ou pré-leitura de sondagem, tem em vista localizar as informações, uma vez que já se tem conhecimento de sua existência.

**Técnica de pesquisa:** estudo de caso, que se justifica na sua importância por reunir informações numerosas e detalhadas com vista em apreender a totalidade de uma situação. A riqueza das informações detalhadas auxilia num maior conhecimento e numa possível resolução de problemas relacionados ao assunto estudado. Desta forma, este estudo é realizado mais intensamente devido os esforços dos pesquisadores em determinado objeto de estudo, porém, a delimitação de um único objeto de estudo, logo, seus resultados não podem ser generalizados a outros objetos ou fenômenos (YIN, 2005).

**Método e Técnica de Coleta de Dados:** Godoy (1995) refere-se à pesquisa qualitativa como os estudos que podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuindo no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. Desta forma, na pesquisa qualitativa considera a existência de uma relação dinâmica entre mundo real e sujeito, não empregando assim instrumentos estatísticos na base do processo de análise do problema.

**Instrumento de Coleta de Dados:** a técnica de obtenção de informações que utilizada é a entrevista, sendo um método de apresentação pessoal com o objetivo de obter dados necessários para responder à questão estudada. Tendo a função de coletar os dados através de diálogo em que um elemento busca a pesquisa e o outro se torna à fonte da pesquisa. Desta forma a entrevista permite a captação imediata e corrente da informação desejada. A pesquisa realizada foi estruturada, sugerindo um roteiro previamente estabelecido, com perguntas pré-determinadas, com formulário elaborado, sendo aplicado às pessoas selecionadas (BEUREN, 2004, LAKATOS, 2001). As questões a respeito de responsabilidade social foram respondidas pela responsável do Departamento Pessoal e a pela Química, pessoa responsável pela área ambiental da empresa, ambas da fábrica em Três Lagoas – MS.

**Variáveis Analisadas:** sobre as ações sociais: ambiente de trabalho; relação com o sindicato; remuneração dos colaboradores; práticas disciplinares e programas de desenvolvimento da comunidade; sobre as ações ambientais: tratamento de efluentes líquidos, gasosos e sólidos; reciclagem de resíduos; adoção de tecnologias limpas; redução dos impactos; licenciamento ambiental; biodiversidade; exigências junto aos fornecedores e comunicação dos objetivos da empresa.

## 6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Com a crescente busca da sociedade pela sustentabilidade, as empresas não poderiam ficar de fora deste ritmo do mercado consumidor. Contudo para corresponder aos novos tipos de exigências dos clientes as organizações fazem adaptações em suas estruturas, produtos e forma de marketing. A pesquisa foca a empresa Metalfrio Solutions S.A., foram realizadas pesquisas sobre o histórico da empresa junto aos departamentos de recursos humanos e químicos responsáveis, tendo acesso a informações de sites e artigos sobre a empresa. Os

dados coletados estão demonstrados a seguir.

### **6.1. Histórico da Metalfrio Solutions S. A.**

A empresa Metalfrio Solutions S.A. teve seu início na década de 1960, com três sócios que começaram com uma fábrica de componentes para refrigerantes. Sendo que sua primeira fábrica foi no Bairro de Santana – SP. Com o sucesso de seus produtos, a sua expansão deu-se na década de 1970, no qual os sócios iniciaram a fabricação dos primeiros produtos de refrigeração comercial, sendo um de seus primeiros clientes a Kibon Indústria de Sorvetes. Em 1976 a empresa foi uma das pioneiras na introdução de expositores verticais com portas de vidro. No ano de 1992 lançou as máquinas de vendas automáticas no Brasil (*vending machines*), com a colaboração da Royal Vendors/Cainco (bebidas) e Polyvend (salgados) (METALFRIO, 2007).

Contudo, em 1998, com o investimento de US\$ 7 milhões para a primeira fábrica de refrigerantes comercial na América Latina totalmente ecológica. A Continental, em 2001, adquiriu o controle acionário da empresa. Posteriormente, o Grupo Continental fora absorvido pela Bosch Simens da Alemanha, que no mesmo ano vendeu as ações da Metalfrio para um Grupo de investidores do Banco Artésia, que com investimentos a partir da aquisição, elevou a Metalfrio Solutions de empresa líder da América latina para a 3ª maior fabricante de equipamentos de refrigeração comercial do mundo. E, por fim, em 17 de outubro de 2006 foi inaugurada em Três Lagoas – MS, a fábrica verde da Metalfrio Solutions S.A.. Neste mesmo ano o grupo adquiriu a fábrica na Dinamarca tornando-se multinacional.

A missão da empresa é resumida em prover soluções (equipamentos e serviços) de refrigeração comercial, oferecendo aos seus clientes e consumidores excelência total em soluções que sejam inovadoras na área de refrigeração comercial de bebidas e alimentos, procurando atingir seus objetivos com variedade, qualidade e customização de produtos e serviços, por meio de processos que envolvam agilidade, competência e pontualidade. A visão da organização é ser, em 2010, um dos *Top 3 Players* globais no mercado de refrigeração comercial do tipo *Plug-in*. A empresa é na atualidade líder do ramo no Brasil e na América Latina, portanto, seu maior objetivo é consolidar essa posição e garantir a preferência dos clientes no fornecimento desses equipamentos. Conquistando desta forma destaque no mercado mundial, ultrapassando fronteiras e levando soluções para novos mercados, mantendo a tradição da marca.

### **6.2. Responsabilidade Social na Metalfrio**

A empresa, seguindo padrões da SA 8.000, não utiliza trabalho de menores aprendizes, e nem qualquer tipo de trabalho forçado, pois se compromete com a integridade de seus colaboradores. Mantendo também uma consciência de igualdade entre eles, procurando não ter tipo algum de discriminação em seu critério de seleção. O controle de horas trabalhadas da empresa é feito através de um ponto eletrônico, contando todas as horas extras trabalhadas, e as mesmas sendo assim pagas juntamente com o salário. Sendo que a média de jornada de trabalho é de 8 horas diárias. Segundo Daft (1999), a responsabilidade social de uma empresa deve também considerar todas as relações e práticas existentes entre as chamadas partes interessadas ligadas à organização e o ambiente as quais pertence.

As partes interessadas são qualquer grupo dentro ou fora da organização que tem interesse no desempenho da organização. Cada parte interessada tem um critério diferente de reação porque tem um interesse diferente na organização. Contudo, na entrevista realizada na empresa, os dados coletados estão relatados a seguir. A empresa procura manter um ambiente apropriado para a qualidade da saúde dos funcionários através de um ambiente limpo, local adequado para alimentação, com intervalos para refeições; sala de recreação (com mesa de pimbolim e jogos); sala de treinamento; ambiente com ventiladores para diminuir a sensação

térmica e bebedouros com água mineral refrigerada.

A empresa respeita a decisão dos funcionários em se associar em sindicatos, e tem um bom relacionamento com o mesmo, em Três Lagoas – MS não tem sindicato da categoria, o mais próximo é em Campo Grande – MS, que dá apoio e assessoria em caso de dúvidas; a empresa considera uma relação amigável com o sindicato. Questionada a respeito de práticas disciplinares, e como seriam, afirma que tais práticas não existem, pois a empresa acredita que não funciona. A remuneração de funcionários está em conformidade com sindicatos dos trabalhadores da área metalúrgica, de acordo com o sindicato dos Metalúrgicos de Mato Grosso do Sul, o salário da categoria é de R\$ 370,00 até final de abril, depois disto houve dissídio coletivo.

A empresa tem um sistema de gestão da qualidade de acordo com os padrões da ISO 9.001, sendo constatada a qualidade através de métodos tecnológicos, e de indicadores apontados de hora em hora por programas de computador. A Metalfrio Solutions S.A. procura promover a responsabilidade social na empresa e, através da empresa.

A empresa se preocupa com o social; com relação aos funcionários e a sociedade, promovendo ajuda a orfanatos e creches, asilos e outras atividades beneficentes. Também promovendo campanhas de vacinação e contra DST [Doenças Sexualmente Transmissíveis] e palestras buscando informar os colaboradores sobre diversos assuntos. Atualmente temos um projeto de implantação de uma sala de EJA [Educação de Jovens e Adultos] para ajudá-los a concluir o ensino médio e constantes treinamentos dos mais variados assuntos, por exemplo 5's, qualidade, motivacional, etc.

Segundo Guedes (2000), uma empresa exerce plenamente sua responsabilidade social empresarial quando possui uma gestão eficaz de responsabilidade social tanto com relação ao seu público interno (beneficiários internos), quanto ao externo (beneficiários externos). Sendo assim, a empresa incentiva ações sociais como a Parceria com o GRAAC:

Desde 1991, o GRAAC – Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer – trabalha na luta contra o câncer infantil, oferecendo serviços de atendimento e assistência social de alta qualidade para os pacientes e seus familiares, por meio de seus voluntários e profissionais especializados.

Seguindo a filosofia de qualidade e responsabilidade social, a Metalfrio apóia as ações do GRAAC. Em especial, no mês de agosto, quando o Mc Donald's promove o Mc Dia Feliz e reverte toda a renda do Big Mac para instituições que tratam de crianças e adolescentes com câncer, incluindo o GRAAC (METALFRIO, 2007).

#### Projeto Educar – Educação em um novo grau

Programa de educação voltado a todos os funcionários, o Educar Metalfrio Solutions oferece alfabetização intensiva (1ª a 4ª séries), ensino fundamental (5ª a 8ª séries) e médio (1º ao 3º colegial). São quatro salas de aula batizadas com o nome de alguns dos principais clientes da empresa: Kaiser, Kibon, Coca-Cola e Nestlé. Em parceria com a assessoria pedagógica da Fundação Bradesco e do SESI, a Metalfrio também desenvolveu o Centro de Treinamento de Informática que oferece cursos em diferentes sistemas e programas. Além do Educar Metalfrio Solutions, a Metalfrio também incentiva outras ações como Adote uma Criança, Brechó/Bazar e Natal Beneficente (METALFRIO, 2007).

Ações beneficentes em datas como o Natal, e mesmo fora de épocas comemorativas com o exemplo do Bazar Beneficente, a Semana da Qualidade de Vida no Trabalho, a Luta contra a AIDS, dentre outras (maiores informações no *site* da empresa) sempre buscando o melhor para seus colaboradores e a comunidade. Outras instituições com as quais a empresa estudada contribui são: Instituição Assistencial Casa de Marcos; Instituição Assistencial Nosso Lar; Creche Divino Pai Eterno; Lar Edenezer; NEED (Núcleo de Educação e Especialização para o Deficiente); Moradia Associação Civil Casa Taiguara e Taiguarinha; Casas André Luiz; APAE – Mauá; Casa do Coração Eucarístico de Jesus; Universidade Federal do Rio de Janeiro – Pesquisas; IAM - Instituição Assistencial Meimei; Grupo de Apoio Amor à Vida; Cantinho da Mei Mei; Casa Assistencial Maria Helena Paulina; Casa de Lucas – Núcleo Beneficente e

Educacional; Sociedade Amigos da Vila Livieiro; Casa de Timóteo (METALFRIO, 2007).

### **6.3. Responsabilidade Ambiental Metalfrio S.A.**

A Ecologia e a Empresa eram considerados dois conceitos e realidades diferentes, que não se relacionavam entre si. Ecologia como sendo parte da biologia que estuda a relação entre os organismos vivos e seu ambiente, sendo entendida como uma ciência específica dos naturalistas, distanciada da visão da Ciência Econômica e Empresarial. No quesito organizacional o meio ambiente que estuda ecologia constitui simplesmente o suporte físico que fornece a empresa os recursos necessários para desenvolver sua atividade produtiva e o receptor de resíduos que se geram (KRAEMER, 2007).

Logo após o conjunto de transformações culturais ocorridos nas décadas de 1960 e 1970, surge uma nova consciência de ambiente, ganhando dimensões e situando-se como um dos princípios fundamentais do homem moderno, passando para os anos 1980 uma visão diferente de gastos com proteção ambiental. Vistos pelas empresas líderes como investimento no futuro e, paradoxalmente como vantagem competitiva, e não simplesmente custos (KRAEMER, 2007). O autor Souza (1993), ao dizer que as estratégias de marketing ecológico, adotadas pela maioria das empresas, visam à melhoria de imagem tanto da empresa quanto de seus produtos, através da criação de novos produtos verdes e de ações voltadas pela proteção ambiental.

No quesito de Responsabilidade Ambiental a empresa possui um grupo de trabalho permanente que visa a Segurança, Saúde e o Meio Ambiente. Já faz alguns anos que eles vêm trabalhando no sentido de reduzir os impactos ambientais do seu processo produtivo. Em 1998 a Metalfrio eliminou totalmente os CFC's que agredem a camada de Ozônio. Em 1999 foi eliminado o setor de pintura passando a utilizar chapas pré-pintadas, proporcionando a redução de emissão de poluentes e a diminuição do consumo de água e energia elétrica. Os dados da pesquisa são apresentados a seguir.

A empresa faz tratamento de efluentes (produto líquido, sólido ou gasoso que é lançado no meio ambiente) e resíduos de sua linha de produção, os Resíduos químicos, classe I e classe II, gerados pela fábrica são encaminhados para uma empresa especializada em resíduos destes tipos, o grupo Lixotal de São Paulo capital, que dá o destino mais adequado a eles. E estão dentro das Diretrizes Ambientais da cidade.

Torna-se importante salientar os resíduos químicos e classificação. Resíduos Químicos Classe I – Poliol; Isocianato; Tinta; Solvente; Lodo de ETE (Estação de Tratamento de Efluentes); Óleo Mineral; Panos, estopas e trapos com óleo, graxa, solventes e tintas; EPI's (Equipamentos de Proteção Individual) contaminados; Mantas de cabines óleos, tintas solventes; Embalagens vazias contaminadas com selante, silicone, graxas, óleos, tintas, solventes e cola; Resíduos Ambulatoriais. Resíduos Químicos Classe II – Poliuretano Polimerizado; Resíduos de Varrição de Fábrica.

A Metalfrio Solutions S.A. utiliza e incentiva a reciclagem interna e externa de materiais e o uso consciente de recursos naturais, implantando a política dos 5'S, por meio de palestras e treinamento. Possuindo a coleta seletiva que destina grande parte dos seus resíduos industriais para reciclagem. Com isso a Metalfrio busca a melhoria contínua na qualidade de seus produtos, respeitando sempre o Meio Ambiente.

A empresa usa tecnologias limpas, tem toda a estrutura projetada e desenvolvida para facilitar e reaproveitar a luz e minimizar o calor, e o não uso do CFC (Cloro Flúor Carbono), e sim do HFC (Hidro Flúor Carbono), para não prejudicar a camada de ozônio, sendo este menos agressivo ao meio ambiente, e estando sempre atualizada quanto a novos meios de produção ecologicamente correta.

As projeções de possíveis impactos ambientais foram previamente estudadas no projeto de instalação da empresa:

Foi feito um estudo antes da implantação da fábrica, tendo o cuidado para que os produtos químicos de classe I e II (citados anteriormente) não tivessem o contato com o solo e não fossem descartados sem as condições adequadas para não causar impacto ambiental.

Segundo a autora Kraemer (2007) a inclusão da proteção do ambiente entre os objetivos da organização moderna amplia consideravelmente todo o conceito de administração. Uma vez que estes (administradores, executivos e empresários) introduziram em suas empresas novos programas, como os de reciclagem e novas medidas para poupar energia, dentre outras inovações ecológicas. Essas práticas difundiram-se rapidamente, e em breve vários pioneiros dos negócios desenvolveram sistemas abrangentes de administração de cunho ecológico. Na empresa analisada existe uma preocupação com o uso sustentável dos recursos naturais não renováveis (em especial água e energia elétrica), contendo um controle adequado:

Sim, economizam energia através da própria estrutura da fábrica, que aproveita o máximo de luz solar, e pelo incentivo de estarem utilizando a energia elétrica somente quando necessário, apagar a luz quando saírem da sala, por exemplo. Existe um poço artesanal, com planos de tratamento da água utilizada na fábrica para o futuro.

Para a instalação da empresa houve o licenciamento ambiental com a entrada na LI (Licença de Instalação) e LO (Licença de Operação), e está dentro dos parâmetros exigidos. A empresa está de acordo com as normas ambientais e espera a visita do SEMA (Secretaria do Meio Ambiente do Estado).

A empresa procura conservar e preservar a biodiversidade ambiental, procurando não agredir a biodiversidade, e prevenir qualquer impacto, pois tem a consciência do fato de estar perto de uma reserva ambiental. A empresa tem exigências de conformidades ambientais junto aos fornecedores:

É ponto fundamental para escolha de fornecedores, sendo levado em consideração os padrões de conformidade ambiental, pois seus produtos são vendidos pela Europa e Estados Unidos.

A comunicação interna da gestão do meio ambiente na empresa é promovida através de murais, palestras, treinamentos dos 5'S e cursos de reciclagem.

#### **6.4. Discussão**

Como foi constatado anteriormente, existe a preocupação com os possíveis impactos ambientais, causados pelo homem em sua constante busca pelo progresso, só foi cogitada partir das décadas de 1970 e 1980, quando diversos países perceberam a necessidade de estabelecer diretrizes e critérios para avaliar efeitos adversos das intervenções humanas na natureza. O Impacto ambiental é definido como sendo qualquer alteração no meio ou em algum de seus componentes por determinada ação ou atividade. Estas alterações precisam ser quantificadas, pois apresentam variações relativas (ao tipo de produto, quantidade, variedade, etc.), podendo vir a ser positiva ou negativa, dependendo das condições de aceitação do produto pelo meio. Sendo que, sua principal característica se dá em alterações que provoquem desequilíbrio das relações constitutivas do ambiente.

A empresa Metalfrio Solutins S.A. em Três Lagoas – MS possui certificação ISO 9.001 desde o mês de outubro do ano de 2006. Passando constantemente por avaliações para manter a certificação. Após a sua implantação na cidade, situada no distrito industrial da mesma, inaugurou em 17 de outubro de 2006. Tendo como objetivo seguinte à certificação de qualidade para poder produzir e exportar seus produtos. Levando em consideração a data de sua inauguração e a de certificação ISO pode ser considerada quase imediata. Contudo, a empresa não possui a normativa ISO 14.001 porque esta norma não lhe foi imposta pelos compradores, uma vez que a organização já possui toda a estrutura e a maior parte das exigências impostas para receber tal certificação.

## 7. Considerações Finais

O trabalho realizado teve como um dos objetivos traçar o perfil organizacional da empresa, contudo, pode-se constatar que a sua missão é “prover soluções (equipamentos e serviços) de refrigeração comercial”, e sua visão é “ser, em 2010, um dos Top 3 players globais no mercado de refrigeração comercial do tipo Plug-in”. Procurando soluções inovadoras, variedade, qualidade (ISO 9001) e customização de seus produtos e serviços. Sendo atualmente líder do ramo de refrigeração comercial de bebidas e alimentos no Brasil e na América Latina, construindo uma tradição para sua marca.

As ações organizacionais da Metalfrio Solutions S.A. em relação à gestão ambiental ficou esclarecido a preocupação com o meio ambiente, os recursos naturais e os impactos causados pelas suas ações. Por isso, a empresa promove um trabalho constante com grupos permanentes, encaminha seus resíduos químicos para locais mais apropriados. Já os resíduos recicláveis, ou que possam ser reaproveitados em outras finalidades são devidamente colocados à disposição da população para que assim o façam. Sendo este o caso das madeiras e isopor, que são doados a uma madeireira e um fabricantes de almofadas (pufs).

No quesito Responsabilidade Social, a empresa procura manter uma relação exemplar com a sociedade, conscientizando seus funcionários quanto a assuntos como o não “Pré-Conceito” a respeito das pessoas. Ambiente de trabalho amigável entre os colaboradores, promovendo confraternizações. Colaborando com a comunidade com doações para entidades beneficentes como orfanatos e creches. Demonstrando respeito com seus colaboradores.

Portanto, a pesquisa, constatou que a organização analisada tem conhecimento e principalmente consciência dos benefícios de uma gestão voltada para as pessoas, dentro e fora dos muros da fábrica, e para o ambiente, tanto com possíveis impactos como com relação ao uso adequado dos recursos naturais.

Porém, com a mesma pesquisa realizada, comprova-se a ação da empresa em reagir às exigências do mercado consumidor quanto ao quesito de normatização. Uma vez que a empresa atende a vários requisitos ambientais, espera o mercado consumidor exigir a norma ISO 14001 para buscar a mesma, sendo que tal norma poderia vir a ser um diferencial para os clientes atualmente. Desta forma a estratégia da empresa mudaria para ativa ao mercado e deixaria de ser reativa ao mercado.

Para trabalhos futuros indica-se analisar a dimensão econômica da sustentabilidade empresarial para ter uma visão focada do *Triple-Bottom Line*.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Josimar Ribeiro de; MELLO, Cláudia dos S.; CAVALCANTI, Yara. **Gestão Ambiental**: planejamento, avaliação, implantação, operação e verificação. Rio de Janeiro: Thex., 2001.

ABNT, **Associação Brasileira de Normas Técnicas**. Disponível em <<http://www.abnt.org.br>>. Acesso em: 25 nov 2006.

ARAÚJO, Geraldino Carneiro de. **O processo de implantação da sustentabilidade em frigoríficos**. 169 f. 2006. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande – MS, 2006.

BACKER, Paul de. **Gestão ambiental**: a administração verde. Rio de Janeiro: Qualitymark. 1995.

BELINK, Aron. **Termos e Definições**. 2006. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/documents/Apresentacao\\_28\\_06\\_associados.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/documents/Apresentacao_28_06_associados.pdf)>.

Acesso em: 28 mar. 2007.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian M. Compromisso social no mundo dos negócios. IN: **Boletim do Ibase Orçamento e Democracia**, n. 11, fev. / 1999.

CARVALHO, Alexandre Bruno Moreno; CARVALHO, M.A.B. de. A Determinação dos Impactos e a Gestão do Desempenho Social. **Revista Meio Ambiente Industrial**. Set./Out. São Paulo: Tocalino, 2000

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2. ed., 1991.

COSTA, Antonio Carlos Gomes; SILVA, Cláudio Nunes Duarte. **Responsabilidade Social Corporativa**: Considerações Introdutórias. Modus Faciendi-consultoria, Belo Horizonte, 2004. Disponível em: <<http://www.modusfaciendi.com.br/textos/rsocial.PDF>>. Acesso em 20/12/2005

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

D'AMBRÓSIO, Ubiratan. **Conhecimento, cidadania e meio ambiente**. 3. ed. São Paulo: Petrópolis, 1998. (Série temas transversais; v. 2).

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na Empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

FÉLIX, Luis Fernando Fortes. O ciclo virtuoso do desenvolvimento responsável. In: **Responsabilidade Social das Empresas**: a contribuição das universidades, v. II. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2003.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, 1995.

GUEDES, Rita de Cássia. **Responsabilidade social e cidadania empresariais**: conceitos estratégicos para as empresas face à globalização. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). São Paulo: PUC/SP, 2000. 170p

ISO, International Organization for Standardization. **ISO NWIP ISO 26.000**. Disponível em: <<http://www.iso.org>>. Acesso em: 27/11/2006.

KRAEMER, Maria E. Pereira. **Gestão Ambiental**: um enfoque no desenvolvimento sustentável. Disponível em <<http://www.gestaoambiental.com.br/articles.php?id=35>> Acesso em 23 de abril de 2007.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LEONARDI, Maria Lúcia Azevedo. A Educação Ambiental como um dos instrumentos de superação da insustentabilidade da sociedade atual. In: Cavalcanti, Clóvis. (Org.) **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 2 ed. São Paulo: Cortez, Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1999.

MACHADO, Carla Mara. Contabilidade ambiental: o papel da contabilidade na evidenciação de investimentos, custos e passivos ambientais. In: **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**, v. II. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2003.p.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Teoria geral da administração: da escola científica à competitividade na economia globalizada**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

**METALFRIO SOLUTIONS S.A.** Disponível em: < <http://www.metalfrío.com.br>> Acesso em: 28 mar. 2007.

MCT, Ministério da Ciência e Tecnologia. **Normalização, Histórico e Informações**. Brasília –DF, MCT, 1978.

MORAES, Maria Cândida. **O paradigma educacional emergente**. Campinas, SP: Papirus, 1997. (Coleção Práxis).

QUEIROZ, Regiane L. Silveira & Queiroz, Eliseu Silveira. A contabilidade como instrumento de gestão ambiental e empresarial e sua contribuição à melhoria da qualidade de vida planetária. **Pensar Contábil**, n. 9, ago./out. 2000.

REIGOTA, Marcos. **O que é Educação Ambiental**. São Paulo: Brasiliense. 1998.

VEIGA, João Paulo Cândia. **O Compromisso Empresarial com as Metas do Milênio**. São Paulo, Instituto Ethos, 2004.

WOOD JR., Thomaz; URDAN, Flávio Torres. **Mudança Organizacional**. 3. ed. São Paulo: Atlas. 2002.

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