



MEIO AMBIENTE X INDÚSTRIA DE CERVEJA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE PRÁTICAS AMBIENTAIS RESPONSÁVEIS

Marcio Silva Borges
UFRRJ

Silvestre Prado de Souza Neto
UFRRJ

Resumo

A teoria de buscar sustentabilidade ao negócio é integrada à prática de se garantir o cumprimento do cuidado e respeito ao ambiente. O setor cervejeiro, no caso brasileiro, é um oligopólio diferenciado dominado por um número reduzido de grandes empresas com cadeias produtivas muito fragmentadas e um setor que tem se internacionalizado rapidamente. No estado do Rio de Janeiro isto não é diferente. O objetivo geral deste trabalho foi avaliar práticas de responsabilidade social e ambiental de uma fábrica de cervejas na cidade do Rio de Janeiro. Alguns objetivos específicos destacados foram: definir os conceitos e a legislação referente à Responsabilidade Social, Meio Ambiente, Certificação Ambiental; efetuar uma análise do que existe na prática industrial de gestão ambiental na empresa estudada. Para tal, determinou-se um estudo de caso em que foi empregado método de investigação Indutivo, Técnicas de Observação Direta Intensiva, Entrevistas Não-padronizadas e Questionários. Conclui-se que, a empresa pesquisada possui atuação ambiental socialmente responsável. Entretanto, estes programas são elaborados em razão de aspectos econômicos e legais, como o cumprimento da legislação vigente e da redução de custos e/ou geração de receita.

Palavras-chaves: Responsabilidade Social, Meio Ambiente, Certificação Ambiental

1. INTRODUÇÃO

O setor cervejeiro, no caso brasileiro, é um oligopólio diferenciado dominado por um número reduzido de grandes empresas com cadeias produtivas muito fragmentadas e um setor que tem se internacionalizado rapidamente. No estado do Rio de Janeiro isto não é diferente. Nesse Estado estão baseadas quatro importantes indústrias cervejeiras: AmBev, Itaipava, Schincariol e Kaiser.

Atualmente as empresas têm evoluído no sentido de reconhecer que a sustentabilidade econômica não é, por si só, condição suficiente para a sua sustentabilidade global. Muitas empresas adotam uma postura na qual são encaradas como parte da natureza, integrando conscientemente a sua visão e operações nos ciclos naturais. Paralelamente, as empresas tendem a assumir cada vez mais o seu papel na sociedade, preocupando-se não só com os acionistas, mas alargando o espectro de *stakeholders*, incluindo diversos atores sociais, tais como os funcionários, a comunidade onde estão situadas, os clientes, os fornecedores e contratados, as organizações não governamentais e o próprio governo.

A gestão corporativa não pode estar preocupada apenas com os interesses dos acionistas. Hoje, o mercado e a sociedade requerem uma gestão centrada em interesses e contribuições a um conjunto de partes direta ou indiretamente envolvidas e interessadas (clientes, fornecedores, comunidade etc). Esses grupos buscam a excelência através da qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica, social e ambiental. Os investimentos na própria empresa também são de suma importância para a sobrevivência no mundo atual.

A questão de ser social, e ambientalmente responsável, passa por algumas esferas a serem consideradas: a postura efetivamente responsável de algumas empresas, a atitude de outras que se utilizam do discurso social e ambiental para sugerir uma imagem corporativa positiva perante a sociedade e outras que somente cumprem as leis referentes à política ambiental impostas pelas esferas do governo.

Para investigar as práticas ambientais desenvolvidas no setor, este trabalho apresenta uma revisão bibliográfica sobre o tema, com foco na evolução dos conceitos de responsabilidade social, meio ambiente, sistema de gestão ambiental (SGA) e certificação ambiental. Em seguida é mostrado um caso prático discutindo os resultados e suas limitações.

1.1. OBJETIVOS

O objetivo principal deste estudo é realizar uma análise das práticas ambientais existentes na fábrica AmBev – Filial Nova Rio, situada na cidade do Rio de Janeiro. Como objetivos secundários, buscou-se:

- Conceituar Responsabilidade Social, Meio Ambiente, Sistema de Gestão Ambiental e Certificação Ambiental, bem como as Leis e Normas referentes a esses conceitos;
- Apresentar os programas de Responsabilidade Social e Ambiental da fábrica de cerveja AmBev – Filial Nova Rio.

1.2. METODOLOGIA

Esta pesquisa pode ser caracterizada, de acordo com o exposto por Vergara (2004), como sendo descritiva e quantitativa, pois se procura expor as características do desempenho sócio-ambiental de uma organização com apoio de questionários e entrevistas.

Para Yin (2004) um estudo de caso permite uma investigação que preserve as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real. A clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos.

Adotou-se uma abordagem qualitativa a partir de duas frentes paralelas que se complementam mutuamente: de um lado, foi feita uma revisão bibliográfica com vistas à busca de conceitos e ao estabelecimento de um referencial teórico que sustentasse a análise do caso. Paralelamente, fez-se uma investigação empírica a partir do método de estudo de caso, onde foram abordados os itens definidos como práticas ambientais e sociais.

A organização pesquisada é uma indústria cervejeira. Com o objetivo de se identificar a população dessa planta, foram efetuadas pesquisas bibliográficas, consultas por telefone, correio eletrônico, página institucional na internet e/ou visitas à fábrica. Por ser uma população ampla, uma fábrica com cerca de 2.200 funcionários, a amostra foi estimada em 30 pessoas, onde todas foram entrevistadas.

Para preparar as perguntas do questionário e o roteiro básico da visita, foram realizados uma pesquisa documental na empresa AmBev e um levantamento bibliográfico sobre responsabilidade social e ambiental, gestão ambiental e políticas públicas.

O questionário foi testado, previamente, em um grupo composto por três gerentes da fábrica. O resultado do teste revelou, com alguns ajustes, a adequação do instrumento aos objetivos da pesquisa. Após a validação do instrumento, foram aplicados 50 questionários, sendo enviados cinco por correio eletrônico: um para o gerente nacional de comunicação externa (matriz), um para o gerente nacional de ambiente (matriz), um para o gerente de comunicação externa (fábrica), um para o supervisor de subprodutos (fábrica) e um para técnico ambiental (fábrica) e 45 outros entregues aos colaboradores da área de vendas: 1 gerente de vendas, 4 supervisores de vendas e 40 vendedores.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL E TERMOS CONEXOS

Para Schommer et al. (1999), a questão da responsabilidade social corporativa está relacionada à “cidadania empresarial”, que é uma expressão utilizada por empresas privadas para denominar um conjunto de programas sociais adotados. Alguns fatores teriam levado a este momento de profundas transformações em relação aos papéis desempenhados pelas instituições, em primeiro lugar, a crise do *Welfare State* com o fim dos “anos dourados” da década de 1970, o agravamento dos problemas econômicos e a ascensão de governos neoliberais nos países centrais a partir dos anos 1980. A forma encontrada para eliminar a crise disseminada pelo neoliberalismo foi a redução das funções estatais, a diminuição do tamanho do Estado, o equilíbrio das contas públicas e a redução dos gastos sociais.

No Brasil, Fischer (2002) relata os indícios de uma mudança empresarial na virada da década de 1980 para 1990, quando as empresas começam a se diferenciar por estabelecerem políticas de preservação do meio ambiente e renovação dos recursos naturais; e por criarem serviços de atendimento ao cliente e códigos de respeito aos direitos do consumidor. A sensibilização com os problemas de exclusão social e as iniciativas de apoiar ações voltadas para

a redução dos déficits começam a surgir um pouco mais tarde, a partir da segunda metade dos anos 1990.

Em segundo lugar, há um acelerado e gigantesco processo de concentração de capitais com a formação de mega-corporações mundiais numa onda recente de fusões e aquisições, a intensificação das relações comerciais entre os países e a instalação de empresas multinacionais por todas as partes, dentro da chamada globalização. É a hegemonia do mercado que passa a ter crescente influência na definição do rumo dos países. É, ainda, a era do conhecimento e da informação proporcionada por grandes avanços tecnológicos.

De acordo com a definição de Responsabilidade Social Corporativa, D'Ambrósio (1998) afirma que:

“A responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce”. (1998, p. c-8)

MELO NETO (2001) descreve os principais vetores da responsabilidade social de uma empresa:

- Apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua; Conservação do meio ambiente; Investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável; Comunicações transparentes; Retorno aos acionistas; Sinergia com os parceiros; Satisfação dos clientes e/ou consumidores.

Sinteticamente, podemos ver no Quadro 1 as abordagens criadas sobre Responsabilidade Social (RS) no Brasil ao longo dos anos.

Keeler (2002) relata que a responsabilidade social da empresa está associada ao seu desempenho e ao consumo de recursos que pertencem à sociedade. O desempenho da empresa depende da utilização dos recursos naturais, renovados ou não, que não lhe pertencem, mas à sociedade. Ao deles usufruir em benefício próprio, a empresa contrai uma dívida social para com a sociedade.

Quadro 1: Diferentes abordagens de Responsabilidade Social – RS

1. Responsabilidade Social como Modismo	A RS como moda. Por ser um modismo, logo haverá a saturação social e a RS tornar-se-á obsoleta.
2. Responsabilidade Social Liberal	A RS considerada como um argumento questionável. Em uma sociedade de mercado livre, é justificada uma distribuição de renda que dê a cada um de acordo com que ele e seus instrumentos de trabalho produzem.
3. Responsabilidade Social Ética	A ética insere-se no rol de deveres relativos à responsabilidade social dos agentes econômicos. Além de obter lucro, sendo esta responsabilidade além de material, também abstrata, consubstanciada na adoção e na prática dos preceitos éticos.
4. Responsabilidade Social Corporativa	A responsabilidade social corporativa está ligada ao comportamento que as pessoas adotam dentro da empresa, e esta, com relação aos seus <i>stakeholders</i> .

Fonte: Adaptado de Melo Neto (2001).

Com o impulso da mídia, não é de surpreender que as pessoas passem a pensar a solução da crise social, como um problema de gestão dos recursos aplicados no setor, o que legitimaria o papel das empresas para orientar as ações sociais, na medida em que elas detêm o saber gerencial (CARRION, 2003).

2.2. MEIO AMBIENTE

O meio ambiente tem se tornado um tema emergente de administração para os gerentes que têm uma série de responsabilidades e torna-se preciso ampliar o alcance de questões que se encontram sob um tópico tradicional. A abertura dos mercados estimulou mais empresas a investir nos países em desenvolvimento que adotaram a liberalização, mas que possuem uma regulamentação ambiental falha.

Em um novo contexto de gestão, o meio ambiente é um fator preponderante. Para Torres (2007), além da destruição da vida e da própria deterioração da qualidade de vida de toda a sociedade, que envolve uma questão moral, existe a questão dos gastos. Na mesma medida que a destruição do meio ambiente traz o ônus das multas, sanções e processos por crimes ambientais, a

fiscalização e a intervenção, por parte do poder público e da sociedade, podem gerar muitas despesas em um espaço de tempo relativamente curto.

A revolução na demografia e no desenvolvimento chamou a atenção para as populações ameaçadas pela degradação ambiental. Há grupos de pressão que exigem uma fiscalização e padrões ambientais mais rígidos (GRAYSON, 2002).

O crescimento da população e a elevação do consumo aumentam a demanda de recursos naturais finitos, extremamente poluentes, como o carvão, o gás e o petróleo. Para Grayson e Hodges (2002) seca em grandes regiões do planeta aumenta a procura por água, que começa a se tornar escassa face o aumento da poluição dos rios, mares e lagoas.

Para Vogel (2005) e Grayson e Hodges (2002), por conta do aumento destes custos, as empresas estão evitando produzir lixo, estimuladas por leis que as obrigam a se responsabilizar pelo impacto ambiental de seus produtos, desde a produção até o descarte final.

Nos anos 90, a mudança de valores, surge uma geração de cidadãos preocupados com o meio ambiente. Essa mudança se acentua através de fenômenos como o consumo consciente, o boicote a alimentos transgênicos e a crescente atuação dos movimentos ambientalistas.

A Norma ISO 14001 apresenta uma definição de meio ambiente:

“... circunvizinhança em que uma organização opera [do interior das instalações para o sistema global, incluindo ar, água, solo, recursos naturais, flora, fauna, seres humanos e suas inter-relações”. ABNT (1998:4)

Na Constituição Federal (BRASIL 1988:146) o artigo 225 expressa a importância da defesa e preservação do meio ambiente e determina que:

“Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

2.3. CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL E SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

Segundo a Norma ISO 14001 (ABNT 1998:2) as normas de gestão ambiental têm por objetivo prover às organizações dos elementos componentes de um sistema ambiental dotado de eficácia, e que possa ser capaz de integração com outros elementos de gestão, de forma a auxiliar o alcance dos seus objetivos ambientais e econômicos. Reis e Queiroz (2002:25) citam os objetivos principais da ISO 14000:

- “1. Proporcionar meios ou condições para um melhor gerenciamento ambiental.
2. Ser aplicável a todos os países.
3. Promover, da forma mais abrangente possível, a harmonia entre o interesse público e os dos usuários das normas.
4. Possuir uma base científica.
5. Ser prática, útil e utilizável”.

La Rovere (2001:6) explica que o surgimento das certificações ambientais e seu desenvolvimento encontram-se atrelados a dois movimentos importantes nos anos 1990: à disseminação dos sistemas ligados à filosofia de qualidade total nas empresas e das normas da série ISO 9000 (Sistema de Gestão da Qualidade Total); e como segundo movimento, o rápido crescimento das organizações não-governamentais e outras entidades em prol das questões ambientais. Estes dois fatores conjugados exerceram (e exercem) grande pressão e influência sobre as empresas e indicam um caminho a ser seguido pelas organizações que objetivam crescimento sustentável, de longo prazo. A Série de normas ISO 14000 foi criada a partir destes movimentos.

Reis e Queiroz (2002:21) apontam que seu ponto de partida foi a Conferência Internacional do Rio de Janeiro sobre o Meio Ambiente, conhecida como ECO-92. Neste evento, houve a criação do Grupo de Ação Estratégica sobre o Meio Ambiente (SAGE), grupo encarregado de efetuar o estudo e a elaboração de propostas e recomendações relativas às normas ambientais, semelhantes às existentes para a gestão da qualidade (série ISO 9000).

A adoção das normas ambientais é vista como de importância relevante para a competitividade das empresas. Muitos países, sobretudo os chamados industrializados, adotam a obtenção de certificação ambiental como condição mínima necessária, para aquelas empresas interessadas em lhes exportar produtos e serviços.

Mas, conforme salientam Reis e Queiroz (2002:2), a obtenção de certificação ambiental não garante o respeito e a preservação do meio ambiente:

“... a adoção desta Norma não garantirá, por si só, resultados ambientais ótimos. Para atingir os objetivos ambientais, convém que o sistema de gestão ambiental estimule as organizações a considerarem a implementação da melhor tecnologia disponível, quando apropriado e economicamente exequível”.

De acordo com a Norma NBR ISO 14001 (ABNT,1998) entende-se que o Sistema de Gestão Ambiental consiste na:

“... 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”.
ABNT (1998:4)

La Rovere (2001:7) define o SGA como um conjunto de políticas, práticas e procedimentos organizacionais, técnicos e administrativos de uma empresa, inter-relacionados e que objetivam melhorias no desempenho ambiental, bem como o controle e a mitigação dos seus impactos ambientais. E que sua implementação constitui uma estratégia utilizada pelos empresários dentro de um processo de melhoria contínua, que:

“... identifique oportunidades de melhorias que reduzam os impactos das atividades da empresa sobre o meio ambiente, melhorando, simultaneamente, sua situação no mercado e suas possibilidades de sucesso”.

Reis e Queiroz (2002:25) entendem o SGA como sendo um sistema de gestão de âmbito preventivo, voltado para a adoção de práticas e ações que privilegiem a eliminação de riscos e impactos prejudiciais ao ambiente, e quando isto não for possível, que pelo menos atuem na redução destes impactos.

Ratificando esta percepção, Valle (1999:108) apresenta algumas afirmações:

“As organizações interessadas em equacionar seu envolvimento com a questão ambiental necessitam incorporar em seu planejamento estratégico e operacional um adequado programa de gestão ambiental que possa compatibilizar os objetivos ambientais com os demais objetivos da organização.”.

Ele representa a estratégia empresarial para identificação das possíveis melhorias a serem realizadas visando conciliar a lucratividade com a proteção do meio ambiente, nos produtos e nos processos produtivos.

3. ANÁLISE DOS DADOS

A fábrica integra o grupo AmBev, que foi criado em 1º de julho de 1999, como resultado da associação das duas maiores empresas brasileiras do setor de bebidas: Companhia Antarctica Paulista e Companhia Cervejaria Brahma. O principal objetivo dessa fusão foi criar uma empresa brasileira global, suficientemente forte para competir no mercado internacional.

A empresa está localizada na Antiga Estrada Rio-São Paulo, km 31, nº 6011, Campo Grande - Rio de Janeiro. Inaugurada em setembro de 1995, em 2008 a fábrica produziu 23 milhões de hectolitros em cervejas e 8 milhões de hectolitros em refrigerantes. Possui atuação nos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo e em parte do estado de São Paulo e, quando necessário, para atender a picos de demanda, em outras regiões do país. Também possui linhas específicas de produção que se destinam ao mercado externo.

A empresa procura mostrar que o respeito ao meio ambiente é um princípio básico incorporado à sua cultura. Existe grande esforço para torná-lo presente nas rotinas produtivas, buscando permanentemente encontrar-se destino útil para os diversos resíduos e subprodutos de seus processos fabris, como: matérias-primas, embalagens, lodo, produtos químicos etc.

A organização investe na implantação de uma política de gestão ambiental com foco na produção não agressiva à natureza e na valorização da consciência ambiental entre seus funcionários, clientes, consumidores e fornecedores. Essa política tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento sustentável, conservando os recursos naturais e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Tal conduta encontra respaldo no desenvolvimento de suas atividades, produtos e serviços, dentro de uma postura pró-ativa e contributiva para o crescimento da preocupação ambiental e da redução da emissão de poluentes e resíduos industriais. Para isto, a empresa estabeleceu alguns compromissos permanentes com relação ao meio ambiente:

- Garantir o cumprimento dos requisitos e regulamentações legais;

- Buscar e aplicar tecnologias, processos e insumos que minimizem impactos ao meio ambiente, mantendo a competitividade e visando à prevenção da poluição;
- Manter a conscientização, treinamento e qualificação das equipes, para promover a melhoria contínua de seu desempenho ambiental;
- Desenvolver, promover e apoiar programas de difusão da consciência e educação ambiental entre clientes, fornecedores, prestadores de serviços e a comunidade;
- Monitorar de forma contínua e avaliar periodicamente seu desempenho ambiental.

A fábrica de Campo Grande possui um sólido SGA, responsável pela execução da política ambiental, coordenado por um Gerente de Meio Ambiente e que está diretamente subordinado à Diretoria da fábrica.

Para fins de levantamento de informações e divulgação de seu Balanço Social, a empresa utiliza os seguintes indicadores ambientais internos:

- Efluentes líquidos das fábricas – capacidade e quantidade de efluentes industriais tratados em suas fábricas pelas ETEI (Estação de Tratamento de Efluentes Industriais);
- Resíduos sólidos das fábricas - índice de reaproveitamento de resíduos: vidro, papelão, alumínio, plástico, etc.;
- Tecnologias limpas nas fábricas – índice de redução de consumo de energia elétrica, água e óleo combustível, entre outros, mediante a adoção de novas tecnologias;
- Peso de embalagens – redução do peso de embalagens e conseqüentemente do volume de resíduos gerados pós-consumo;
- Sistema de Gestão Ambiental - implantado a partir de uma Política de Meio Ambiente Corporativa.

A AmBev tem por estratégia corporativa o desenvolvimento de vários projetos relacionados ao meio ambiente e social, tais como:

- Programa de reciclagem de embalagens industriais - instituído em todas as suas fábricas e que busca a correta separação e o reaproveitamento, mediante troca por material novo junto aos fabricantes ou venda às empresas de reciclagem, das

embalagens fora das especificações no processo produtivo, como: alumínio, plástico, vidro, papelão, papel etc.;

- Fundação e manutenção do CEMPRE - instituição sem fins lucrativos, constituída e mantida por um grupo de empresas privadas voltadas para promoção, estudo e modernização da reciclagem brasileira;
- Patrocínio de exposições de arte, esculturas, objetos e instalações - que utilizam embalagens recicladas (PET, alumínio e vidro) como matéria-prima de sua criação;
- Recicloteca – criação de um centro de estudos e difusão de informações sobre o meio ambiente, técnicas e pesquisas em reciclagem, redução e reaproveitamento do lixo e, que recebe estudantes e grupos interessados de todo o país, em cursos e oficinas de educação ambiental;
- Reciclagem Solidária programa de apoio à formação de cooperativas para coleta, separação e comercialização de materiais recicláveis por grupos sociais de baixa renda na região metropolitana do Rio de Janeiro, mediante a capacitação dos integrantes destes grupos e da doação de equipamentos para prensagem dos materiais

A fábrica em estudo não possui a Certificação Ambiental ISO 14000. Até o ano de 2001 a certificação ambiental conseguida seguia as normas ISO 14000, após aquele ano todas as certificações fabris AmBev seguem um modelo próprio. A pesquisa não pôde ter acesso ao modelo próprio de certificação devido ao caráter confidencial que a empresa estabelece ao mesmo.

Em relação à postura que a empresa adota em relação ao tema responsabilidade sócio-ambiental, foram elaboradas algumas perguntas que norteiam o assunto explorado no referencial teórico. Com base na atribuição de importância dada pelos respondentes: os itens apresentados como do posicionamento da empresa em relação às questões sócio-ambientais, podem ser considerados como formadores de três blocos distintos: itens de maior importância; itens com relativa importância; e itens de menor importância. Algumas respostas foram coincidentes, caracterizando como empate itens diferentes. No quadro 2 é apresentado um resumo dos questionários aplicados.

Como itens de maior importância encontram-se as alternativas relacionadas à eliminação ou redução dos descartes de resíduos industriais (líquidos, sólidos e gases), que juntas, receberam 100% das marcações como foco de maior atuação das empresas com relação aos problemas ambientais. Em primeiro lugar, ficou o item ‘Efetuando o tratamento de efluentes industriais (líquidos e sólidos)’, apontado por 100% dos respondentes como mais importante, empatado com o item ‘Controlando e reduzindo a emissão de gases e substâncias poluentes’ recebendo também 100% das marcações. Em segundo lugar, ficaram os itens ‘Estimulando projetos de reaproveitamento/reciclagem de insumos (matérias-primas e embalagens dos produtos) junto à comunidade interna e externa’, com 80% das marcações, ‘Formando parcerias junto a fornecedores e/ou clientes para o desenvolvimento de insumos, produtos e processos menos poluentes (energia, materiais, combustíveis etc.)’ e ‘Criando programas de educação ambiental (internos e externos)’.

Em um bloco intermediário, ficaram as alternativas com marcações de importância bem distribuídas entre os fatores 1 e 10: ‘Efetuando rotineiramente Auditorias Ambientais internas’ e ‘Armazenando e controlando a qualidade do bagaço de malte de maneira a assegurar condições ideais de aplicação como ração animal, vendida posteriormente aos produtores rurais’ com 60% das marcações. Criando projetos de preservação dos recursos naturais (fauna e flora)’ e ‘Comunicando nas embalagens questões ambientais para os consumidores finais’ foram apontadas por 40% dos respondentes. Por último ‘Obtendo Certificações Ambientais – Série ISO 14000’ foi lembrado por apenas um respondente.

Pode-se entender que, para os respondentes, a empresa deve atuar muito mais sobre questões relativas à prevenção e eliminação das fontes de poluição durante e pós-processo produtivo, visando à mitigação de danos ao meio ambiente. Entendem que cabe à organização atuar no incremento da educação ambiental, junto ao público interno e externo, e na criação de projetos e parcerias para o desenvolvimento de insumos, produtos e processos produtivos menos poluentes.

Aspectos como elaborar projetos de preservação para a flora e fauna, comunicação nas embalagens aos clientes finais sobre questões ambientais e a realização de auditorias ambientais e o alcance de certificações ambientais (ISO 14000), não são itens tidos como de grande importância para a atuação da empresa e ficam de longe suplantados pelos outros fatores

assinalados no parágrafo anterior. A organização a cada seis meses realiza auditorias ambientais internas como forma de cumprir todas as exigências legais previstas. Por não possuir a certificação ISO 14000, este item foi lembrado como o menos importante pelos respondentes.

O gás carbônico liberado pelo processo de fermentação não é liberado na atmosfera, contribuindo para o não aumento do efeito estufa, e como consequência, o não aumento da temperatura. O CO₂ é armazenado e reutilizado na assepsia e envasamento dos barris.

Algumas cartilhas, folders e filmes restritos apenas aos colaboradores, foram elaborados com uma linguagem específica aos visitantes externos. A visitação em geral é acompanhada por um representante do departamento de comunicação interno e por um mestre cervejeiro.

Quadro 2: Questões sócio-Ambientais e sua ordem de importância atribuída na AmBev – Campo Grande

Atuação da empresa para enfrentar problemas ambientais	Ordem
Efetuando o tratamento de seus efluentes industriais (líquidos e sólidos).	1º
Controlando e reduzindo a emissão de gases e substâncias poluentes.	1º
Formando parcerias junto a fornecedores e/ou clientes para o desenvolvimento de insumos, produtos e processos menos poluentes (energia, materiais, combustíveis etc.).	2º
Estimulando projetos de reaproveitamento/reciclagem de insumos (matérias-primas) e insumos (embalagens dos produtos) junto à comunidade interna e externa.	2º
Criando programas de educação ambiental (internos e externos).	2º
Efetuando rotineiramente Auditorias Ambientais internas.	3º
Armazenando e controlando a qualidade do bagaço de malte de maneira a assegurar condições ideais de aplicação como ração animal, vendida posteriormente aos produtores rurais.	3º
Criando projetos de preservação dos recursos naturais (fauna e flora).	4º
Comunicando nas embalagens questões ambientais para os consumidores finais.	4º
Obtendo Certificações Ambientais – Série ISO 14000	5º

Fonte: dados obtidos na pesquisa com cinquenta funcionários.

4. CONCLUSÕES

O estudo de caso na fábrica da AmBev permitiu a observação de que os programas desenvolvidos pela empresa para a redução de impactos ambientais e conservação do meio ambiente, possibilitam tratamento e controle de resíduos líquidos, sólidos e gasosos; o reaproveitamento de insumos e exsumos; e o incentivo a educação e conscientização ambiental de empregados e público externo.

Concluiu-se que a empresa pesquisada possui atuação socialmente responsável para com o meio ambiente, demonstradas em seus programas e operações cotidianas. Mas, esses programas não são traçados e executados com preocupação estritamente voltada para a responsabilidade com a sociedade, e sim, fundamentalmente elaborados em razão de aspectos econômicos e legais, como o cumprimento da legislação vigente e da redução de custos e/ou geração de receita, segundo deixaram claro os funcionários entrevistados e a observação *in loco*. Esses programas buscam envolver em parcerias: a comunidade, ONGs e consumidores, quando existe a perspectiva de aumento de visibilidade mercadológica e/ou de retorno financeiro.

Constatou-se neste estudo que a empresa, respondeu positivamente com posturas receptivas e abertas e demonstrou grande interesse nos resultados deste estudo, tendo proporcionado informações relevantes e o acesso às suas áreas fabris e processos produtivos.

Os responsáveis em diferentes níveis hierárquicos responderam de bom grado às indagações e sanaram as dúvidas que surgiram no decorrer da empreitada. Além dessa conduta, a fábrica, objeto da pesquisa, divulga suas práticas sociais por meio de Balanços Sociais e *homepage*. Talvez, tal fato se verifique em virtude de ser uma empresa de grande porte, o que a torna mais suscetível à ação fiscalizadora dos órgãos de governo e à exposição na mídia.

Essa empresa busca atingir um nível de atuação ambiental, pertinente às denominadas “empresas-cidadãs”, mas essa atuação ocorre desde que, em primeiro lugar, advenha retorno financeiro, ou seja, lucro. Paira no ar, a questão de se tal prática possui base ética, ou melhor, que tipo de comportamento ético essa prática demonstra. Parece, no entanto, que mesmo estando a preocupação ambiental em um nível secundário, isso tem resultado em benefícios para a sociedade, como a redução dos impactos ambientais notadamente dos níveis de poluição.

Dentre os programas de Gestão do Meio Ambiente, observados na fábrica, destacou-se a instalação e utilização de ETEI, o que resulta em grande eficácia, a ponto de a água utilizada no processo fabril retornar ao rio mais limpa que antes do processamento industrial.

Observa-se claramente uma crescente preocupação com os recursos hídricos, pois a água é a principal matéria-prima das indústrias de bebidas. Em face disto, ela empresa busca desenvolver formas mais eficientes de sua utilização, evitando desperdícios, assim como também a preservação de mananciais, seja em função do aspecto legal, seja pelo custo, que tende gradativamente a aumentar. É fato evidente, que uma pequena redução percentual no consumo de água em uma fábrica, resultará em uma boa economia, considerando-se a grande quantidade utilizada nos processos produtivos.

Os programas desenvolvidos pela fábrica estudada podem ser englobados em um todo, formando um SGA irradiado para várias direções. Atingindo e gerando a modificação de hábitos de consumo e produção, junto a fornecedores, concorrentes, governos e consumidores, mas também, ocasionando uma maior conscientização de que o meio ambiente é comum, pertence e interfere na vida de todos. Somente com a atuação, fiscalização e preocupação de cada integrante da sociedade é que o mundo poderá realmente vir a ter um desenvolvimento socioeconômico ambientalmente sustentável.

A fábrica em questão possui equipamentos de co-geração energética, voltados mais para o atendimento das necessidades de energia em épocas de pico de consumo ou restrições de fornecimento, do que como uma preocupação concreta com os danos causados ao meio ambiente pelo uso de energia proveniente de fontes não-renováveis e/ou poluentes.

A questão ambiental está presente nos programas de treinamento da força de trabalho em virtude não do aumento da conscientização ambiental propriamente dita, mas da redução de custos oriundos de desperdícios, re-trabalho e possíveis penalizações recebidas dos órgãos fiscalizadores em decorrência de falhas humanas.

A filial analisada possui programas de reciclagem de insumos e exsumos internamente, buscando utilizar isto junto ao público externo, incluindo tais programas em suas estratégias de *marketing*. Essa fábrica descobriu que os resíduos e as embalagens podem servir de matéria-prima para outras empresas. O que antes era um rejeito poluidor ambiental, descartado na natureza, tornou-se uma fonte de receita e resulta em redução dos custos de fabricação, e evidentemente, em melhorias para o meio ambiente.

Constatou-se que, por possuir normas próprias, a fábrica de bebidas estudada não segue certificação ISO 14000 e que essa questão não é motivo de preocupação para a empresa. Pode-se

deduzir, que em face da não existência de cobrança efetuada pelo mercado consumidor ou de algum tipo de restrição mercadológica, a empresa não têm desenvolvido programas a esse respeito. Ela considera a existência de auditorias ambientais internas como forma de monitoramento dos processos mais importante do que propriamente a certificação ISO 14000.

Tornou-se evidente que a conscientização com as práticas relativas ao meio ambiente, depende em alto grau de dois fatores básicos: a existência de leis ambientais mais rigorosas; e da ação fiscalizadora e punitiva cada vez mais forte, tanto dos órgãos governamentais, quanto da sociedade organizada, o chamado Terceiro Setor.

Cabe às empresas, papel de fundamental destaque na resolução dos problemas ambientais do país. As indústrias de bebidas não podem se furtar a exercer tal papel, por atuarem com produtos de consumo de massa, adquiridos e utilizados por todas as classes sociais e faixas etárias, em todos os rincões do país.

Por se tratar de um estudo de caso de uma única fábrica de cerveja no Rio de Janeiro, o artigo tem suas limitações de extrapolação para outras situações. Os autores esperam, contudo, que as situações aqui relatadas sirvam de ponto de partida para outras análises e também dê suporte para novas construções teóricas sobre os temas abordados, incluindo pesquisas nas outras cervejarias fluminenses, pequenas e grandes.

Como sugestão, à luz das informações pesquisadas neste trabalho, recomenda-se que a empresa de bebida adeque seus procedimentos fabris aos requisitos existentes nas Certificações Ambientais da série ISO 14000, pois certamente pode significar uma condição de maior competitividade mercadológica em breve espaço de tempo.

Outra sugestão se dirige aos estudiosos e interessados na temática da Responsabilidade Social voltada para o Meio Ambiente: que possam efetuar pesquisas sobre os reflexos gerados nas comunidades externas e internas (vizinhos, sindicatos de trabalhadores, funcionários e seus familiares) diretamente atingidas pelas operações fabris das empresas do setor de bebidas e, que possam identificar, segundo a ótica destas comunidades, se as empresas realmente podem ser consideradas como efetivamente preocupadas com o meio ambiente.

Recomenda-se aos gestores das empresas de todo e qualquer tamanho e área de atuação, o auxílio aos governos e a sociedade no desenvolvimento de mecanismos que propiciem o crescimento racional e controlado, sem dilapidar o patrimônio ecológico nacional. E que as

próximas gerações possam ter o direito de receber esse patrimônio como uma boa herança a ser cultuada e maximizada. Para que isso aconteça basta uma atitude: que a humanidade se conscientize de que a natureza não é sua inimiga, nem tão pouco sua escrava, mas simplesmente a mãe da vida neste planeta.

REFERÊNCIAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **Coletânea de normas de gestão ambiental**. Rio de Janeiro: ABNT, 1998.

AMBEV – American Beverage Company. Disponível em <<http://www.ambev.com.br>>. outubro-2007.

BORGES, M. **Gestão socioambiental: um estudo de caso sobre a adoção dos resíduos cervejeiros na pecuária fluminense**. Dissertação defendida e aprovada no curso de Mestrado em Gestão em Negócios – UFRRJ, fevereiro de 2009. Seropédica.

BRASIL. **Constituição: República Federativa do Brasil**. art. 225, 1º, IV. Niterói: Imprensa Oficial, 1988.

CARRION, R. M. **Discurso e Práticas em Responsabilidade Social: análise das práticas de gestão das relações de trabalho em empresas filiadas ao Instituto Ethos e signatárias do Global Compact, no Rio Grande do Sul**. Projeto de Pesquisa. Porto Alegre: NIPETS/PPGA/UFRGS, 2003. <Não publicado>.

D'AMBRÓSIO, D; MELLO, P. C. **A responsabilidade que dá retorno social**. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, p. c-8, em 10 de novembro de 1998.

FISCHER, Rosa Maria. **O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

FROES, César e NETO, Francisco Paulo de Melo. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial**. Rio de Janeiro, Qualitymark Editora Ltda, 2001.

GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAYSON, D.; HODGES, A. **Compromisso social e gestão empresarial**. São Paulo: Publifolha, 2002.

KEELER, D. **Responsabilidade social corporativa – RSC. Já não é mais um caso fundamentado em instinto. Trata-se de uma exigência do negócio.** *Relações com os Investidores*, São Paulo, n. 53, p. 17-20, julho de 2002.

LA ROVERE, E. L.(Coord). **Manual de auditoria ambiental**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

SCHOMMER, P. C. Investimento Social nas Empresas: cooperação organizacional num espaço compartilhado. In: FISCHER, T (org.). **Gestão do Desenvolvimento e Poderes Locais**: marcos teóricos e avaliação. Salvador: Casa da Qualidade, 2000. p. 91-109.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência**. Disponível em <<http://www.balancosocial.org.br>> Acesso em 20 Fev 2007.

VERGARA, S. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5^a. ed. São Paulo: Atlas, p. 11-12, 2004.

YIN, R. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 3^a. Ed. São Paulo: Bookman, 2004.