



**REUNIR:**  
**Revista de Administração,**  
**Ciências Contábeis e**  
**Sustentabilidade**

[www.reunir.revistas.ufcg.edu.br](http://www.reunir.revistas.ufcg.edu.br)



ARTIGO ORIGINAL

**Análise da Percepção dos Colaboradores Quanto às Práticas Socioambientais em uma Indústria Pet Food<sup>1</sup>**

**Analysis of the Employee's Perception of Socio-Environmental Practices in a Pet Food Industry**

**Análisis de Percepción e Empleados con Respecto a Las Prácticas Sociales Y Medioambientales en una Industria de Alimentos para Mascotas**

Margane da Silva<sup>2</sup>, Vanessa Theis<sup>3</sup>, Dusan Schreiber<sup>4</sup> e Paola Schmitt Figueiro<sup>5</sup>

**PALAVRAS-CHAVE**

Práticas Socioambientais;  
 Gestão Ambiental;  
 Indústria Pet food

**Resumo:** Os processos produtivos, ao mesmo tempo em que fornecem bens, serviços e empregos, geram impactos socioambientais ao consumir recursos naturais e gerar poluição. Neste contexto, o setor *pet*, que no Brasil é o 4º maior do mundo, merece atenção. Com o intuito de contribuir para a reflexão acerca do referido tema, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar a percepção dos colaboradores de uma indústria de *Pet Food* quanto às práticas socioambientais. Em termos metodológicos, o estudo teve abordagem quantitativa, sendo os dados coletados por meio de um questionário, que foi respondido por 174 colaboradores da indústria BETA, localizada na região do Vale do Rios dos Sinos, no estado do Rio Grande do Sul. Os resultados demonstram que a percepção e o reconhecimento das práticas socioambientais realizadas pela empresa, bem como dos indicadores que controla, são influenciados pela formação escolar e pelo tempo de empresa do funcionário. Quanto maior a formação escolar e o tempo de empresa, maior é o reconhecimento das práticas e dos indicadores socioambientais. Ademais, as variáveis atreladas à formação escolar, processo em que atua e tempo de empresa do funcionário, também influenciam os meios de comunicação utilizados, sendo assim, a empresa deve utilizar diferentes meios de comunicação para atingir todos os públicos.

**KEYWORDS**

Socio-environmental practices;  
 Environmental management;  
 Pet Food Industry.

**Abstract:** Productive processes, while providing products, services and jobs, generate socio-environmental impacts by consuming natural resources and generating pollution. In this context, the pet sector, which in Brazil is the 4th largest in the world, deserves attention. In order to contribute to the reflection about this theme, the general objective of this research was to analyze the perception of the employees of a pet food industry regarding social and environmental practices. Methodologically, the study had a quantitative approach, and the data were collected through a questionnaire, which was answered by 174 employees from the BETA industry, located in the Vale dos Rios dos Sinos region, in the state of Rio Grande do Sul. The results demonstrate that the perception and recognition of socio-environmental practices carried out by the company, as well as the indicators it controls, are influenced by the school's training and by the employee's company time. The higher the school education and the company time, the greater the recognition of social and environmental practices and indicators. In addition, the variables linked to the school formation, the process in which it operates and the employee's time in the company also influence the media used, so the company must use different means of communication to reach all audiences.

<sup>1</sup> Submetido em 17/12/2009. Aceito em 29/07/2020. Publicado em 30.09.2020. Responsável Universidade Federal de Campina Grande/UACC/PROFIAP/CCJS/UFCG

<sup>2</sup> Mestre em Qualidade pela Universidade Feevale. E-mail: biomargane@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7090-971X>

<sup>3</sup> Doutoranda do PPG em Qualidade Ambiental pela Universidade Feevale. E-mail: nessa.theis@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5100-7574>

<sup>4</sup> Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Professor da Universidade Feevale. E-mail. dusan@feevale.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4258-4780>

<sup>5</sup> Doutora em Administração pela UFRGS e Professora da Universidade Feevale. E-mail. paolafigueiro@feevale.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5160-9831>

---

**PALABRAS CLAVE**

Prácticas Socioambientales;  
Gestión ambiental;  
Industria de alimentos para  
mascotas.

**Resumen:** Los procesos productivos, al tiempo que proporcionan bienes, servicios y empleos, generan impactos sociales y ambientales al consumir recursos naturales y generar contaminación. En este contexto, el sector de mascotas, que en Brasil es el cuarto más grande del mundo, merece atención. Para contribuir a la reflexión sobre este tema, el objetivo general de esta investigación fue analizar la percepción de los empleados de una industria de alimentos para mascotas con respecto a las prácticas sociales y ambientales. En términos metodológicos, el estudio tuvo un enfoque cuantitativo, y los datos se recopilieron mediante un cuestionario, que fue respondido por 174 empleados de la industria BETA, situada en la región de Vale do Rio dos Sinos, en el estado de Rio Grande do Sul. Demostrar que la percepción y el reconocimiento de las prácticas socioambientales realizadas por la empresa, así como los indicadores que controla, están influenciados por la formación académica y el tiempo del empleado en la empresa. Cuanto mayor sea la formación académica y el tiempo dedicado a los negocios, mayor será el reconocimiento de las prácticas e indicadores sociales y ambientales. Además, las variables vinculadas a la formación académica, el proceso en el que opera y el tiempo del empleado en la empresa, también influyen en los medios utilizados, por lo que la empresa debe utilizar diferentes medios para llegar a todos los públicos.

## Introdução

O desenvolvimento sustentável busca o equilíbrio entre os pilares econômico, social e ambiental. Para tanto, são necessárias mudanças no modo de produção e de consumo, pensar melhor as tecnologias de manufatura, o estilo de vida das populações, bem como as políticas públicas. Nesse contexto, a indústria tem um papel importante, uma vez que consome recursos naturais (água, energia e outras matérias-primas) para a produção em escala e geram resíduos (sólidos, líquidos e gasosos). Ao mesmo tempo em que fornecem bens, serviços e empregos, geram impactos socioambientais e poluição, ao consumir recursos naturais.

Dentre os setores industriais no Brasil, ressalta-se o de fabricação de produtos para pets, o qual, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet, 2019) representa 4,7 % do mercado mundial, sendo o 4º maior do mundo. Em 2018/2019 faturou R\$ 22,3 bilhões, com um aumento de 13% nas exportações e 16% nas importações. Vale destacar que o Brasil atingiu, em 2019, uma população de animais de estimação de aproximadamente 141,6 milhões, com crescimento médio de 1,7% em 2018/2019. É uma indústria que continua crescendo, mesmo com o cenário da crise de 2016, e que demanda matérias-primas de qualidade igual às que são utilizadas para alimentação humana (Abinpet, 2017).

Conforme Mazon e Moura (2017), os animais de estimação passaram por transformações nas suas relações com os humanos nas últimas décadas, passando de cão de guarda que comem restos dos humanos, para entes da família que se alimentam de ração balanceada. Junto com isto, o mercado se adequou, evoluindo de agropecuárias para pet shop especializados. Da mesma forma, Bezerras de Souza (2018) ressalta que alguns pets, como os cachorros, podem ter “empregos”, como o cão-guia que ajuda deficientes visuais, cães que ajudam pessoas com problemas de saúde e psicológicos, cães que ajudam na terapia de doentes em hospitais e asilos, e os cães policiais que ajudam a encontrar drogas ou pessoas soterradas.

De acordo com a ABINPET, o setor pet está dividido comercialmente em quatro segmentos: pet vet (medicamentos veterinários), pet serv (Serviços para pets), pet care (equipamentos, acessórios, produtos de higiene e beleza) e pet food (alimentos). A indústria de pet food é responsável pela produção de alimentos balanceados para cães, gatos, pássaros, roedores entre outros. Em 2019, a indústria pet brasileira produziu 2,85 milhões de toneladas de pet food, registrando um crescimento de 3,9% em relação a 2018 e um incremento de 8,4% no faturamento. Ressalta-se que o segmento pet care teve um aumento de 8,5% no faturamento e o pet care 15%, no mesmo período (Abinpet, 2019).

Em termos de regulamentação, no Brasil, o estabelecimento que fabrica alimentos para animais deve ser registrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). A fiscalização deste órgão nas indústrias pet food tem como principal objetivo garantir as adequadas condições higiênicas e sanitárias para os processos de fabricação, a conformidade e a inocuidade dos produtos disponibilizados no mercado, além da segurança e

rastreabilidade dos produtos importados e exportados (Abinpet, 2017).

Além das questões de qualidade, que garantem a conquista de mercados e manutenção de clientes, as indústrias de pet food devem se preocupar com a gestão socioambiental. Neste sentido, em 2019, a ABINPET publicou a 10ª edição do Manual pet food, com um guia exclusivo de Sustentabilidade para as indústrias do setor. Neste manual, a entidade recomenda que as empresas adotem práticas que visem o equilíbrio econômico, social e ambiental referenciadas em organismos internacionais. Ademais, o referido manual serve de guia para as empresas do setor que desejam inserir a sustentabilidade no seu negócio, sem prejuízo ao optarem pela certificação por alguma norma, pois os requisitos são muito semelhantes às normas existentes.

Ressalta-se a necessidade da sustentabilidade na produção de alimentos para atender o abastecimento global, aliado à conscientização dos consumidores. Assim, este segmento, além de promover o setor industrial, precisa desenvolver o setor da agricultura familiar e dos pequenos e médios produtores (Almeida & Santos, 2020).

Diante deste cenário do setor pet no Brasil, considerando a importância dos instrumentos de gestão para melhoria da qualidade ambiental e as práticas isoladas que ocorrem na maior parte das empresas, justifica-se um estudo mais aprofundado de uma indústria de pet food. Cabe ressaltar que o sucesso de um sistema de gestão depende da aderência dos seus colaboradores. Assim, este artigo objetiva analisar a percepção dos colaboradores de uma indústria de pet food quanto às práticas socioambientais. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de natureza quantitativa, a partir de dados coletados por meio de um questionário respondido por 174 colaboradores. Neste artigo, primeiramente são trazidas as abordagens teóricas utilizadas, seguidas dos procedimentos metodológicos, análise de resultados e considerações finais.

## Elementos teóricos da pesquisa

A crescente preocupação com questões ambientais globais obrigou as empresas a adotarem uma abordagem proativa para melhorar seu desempenho de sustentabilidade corporativa (Epstien, 2018). De acordo com Gianni et al. (2017), a integração de padrões de gerenciamento, como um sistema de gerenciamento ambiental, tem sido amplamente considerada como uma maneira eficaz de as organizações atingirem objetivos de negócios sociais, ambientais e econômicos. Baumgartner e Winter (2014) complementam que é responsabilidade das organizações contribuir para a sociedade, o que, em última análise, ajuda as organizações a alcançar o desenvolvimento sustentável.

A gestão socioambiental unifica os conceitos de gestão ambiental e gestão social. O primeiro, implica em mecanismos de gestão que buscam a preservação do meio ambiente e, por outro, a gestão social, que avalia e gerencia os impactos decorrentes do negócio nas pessoas, sejam colaboradores ou comunidade (Nascimento, 2007). Ressalta-se que a evolução da gestão ambiental acompanhou e foi favorecida pelo aprimoramento, de um lado, da legislação

ambiental nos mais diferentes países e, de outro, das normas de certificação ambiental (Jabbour, 2007). Contudo, uma estratégia ambiental sustentável, foca na redução de resíduos e na prevenção da poluição em sua fonte (Aragón-Correa & Rubio-López, 2007). Assim, a integração entre as estratégias ambientais e de negócios ocorre de tal forma que passam a ser indissociáveis (Jabbour, 2007).

Do mesmo modo, para Elefsiniotis e Warrham (2005) a gestão ambiental concerne à totalidade de ações organizacionais, de forma sistematizada, para monitorar impactos ambientais de suas atividades e gerenciar questões pertinentes à dimensão ambiental. Compete-lhe, ainda, a tarefa de monitorar a legislação ambiental, interpretá-la, e agir, para que o processo produtivo gere impactos ambientais em patamares legalmente aceitos (Polizelli, Petroni & Kruglianskas, 2005). Logo, o processo, de desenvolvimento de produto, passa a incorporar as questões ambientais, de forma direta (Rothenberg, Schenck & Maxwell, 2005), uma vez que a gestão ambiental objetiva reduzir a poluição e o desperdício de inputs organizacionais (Cagno, Trucco & Tardini, 2005).

Simultaneamente, este enfoque tende a gerar melhorias no desempenho ambiental da companhia, por meio da racionalização do seu processo e redução dos gastos associados ao consumo destes insumos (Rothenberg, Schenck & Maxwell, 2005). Por conseguinte, possibilita identificar oportunidades para reduzir o uso de materiais e energia, bem como melhorar a eficiência dos processos (Chan & Wong, 2006). Por meio da combinação das boas práticas de gestão com práticas de preservação da natureza, a organização consegue ampliar seus compromissos éticos expressos na maior transparência e respeito com o desenvolvimento sustentável (Polizelli, Petroni & Kruglianskas, 2005).

Furtado et al. (2009) ressaltam que a gestão socioambiental deve estar pautada em diversos indicadores, conforme recomenda o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE): indicadores financeiros (receita líquida, resultado operacional e folha de pagamento); indicadores sociais internos (investimentos em saúde e segurança do trabalhador, alimentação, educação, transporte, cultura, capacitação, auxílio-creche, participação nos lucros e resultados, encargos sociais); indicadores sociais externos (investimentos na comunidade, por meio da educação, esporte, lazer, cultura, saúde e saneamento); indicadores ambientais (ações para reduzir impactos, programas de educação ambiental, inovação tecnológica, metas de ecoeficiência); indicadores de corpo funcional (relação com seus funcionários, terceirização, valorização da diversidade); informações sobre exercício da cidadania (políticas e processos relacionados com a responsabilidade social da empresa).

Wijethilake (2017) aponta que a gestão sociambiental diz respeito aos ajustes e planejamentos da estrutura, dos sistemas e das atividades da empresa a fim de estabelecer um determinado tipo de posicionamento face à variável ecológica. Pode-se ainda citar que se trata de um conjunto dos aspectos da função geral de gerenciamento de uma organização, inclusive o planejamento, necessário para desenvolver e manter a política e os objetivos ambientais da organização (Thijssens et al., 2015).

Complementando ao exposto, Tinoco e Robles (2006)

entendem que a gestão ambiental inclui atividades de planejamento, reestruturação organizacional, responsabilidades, práticas operacionais, procedimentos, processos e recursos para desenvolvimento, implantação, análise e conservação de uma política ambiental. Sumariamente, é o que a empresa faz para minimizar ou eliminar os efeitos negativos provocados no ambiente. A mitigação destes efeitos consiste no atendimento aos requisitos de natureza física, química, biológica, social, econômica e tecnológica que assegurem a estabilidade das relações ambientais no ecossistema no qual se inserem as atividades da empresa.

Albuquerque (2009) corrobora que entre as principais funções da gestão ambiental destacam-se: o Planejamento, definido como o processo de determinação prévia de ações efetivas da gestão; a Organização, que retrata o estabelecimento de relações formais entre os atores de forma a atingir os objetivos propostos; a Direção que trata do processo de determinar (influenciar) o comportamento dos atores envolvidos (motivação, liderança e comunicação); e o Controle que tem a função de comparar os indicadores de desempenho com os padrões previamente definidos.

Sroufe (2017) descreve que a gestão ambiental concerne ao cumprimento de um programa de melhoria contínua, para tratar de problemas de cunho ambiental, demandando a aquisição e o desenvolvimento de ferramentas e metodologias para lidar com a complexidade envolvida. Quando em estágio mais avançado, prospectando novos negócios e novas oportunidades, constroem vantagem competitiva, que estará devidamente respaldada nos investimentos da organização com relação ao meio ambiente (Porter & Van Der Linde, 1995).

O debate sobre as práticas ambientais, exercidas por organizações ambientalmente proativas é reforçado por González-Benito e González-Benito (2006). As categorias estabelecidas pelos autores são distinguidas em organizacionais, operacionais e comunicacionais. Nas práticas organizacionais, ocorre a definição de uma política ambiental, o desenvolvimento de procedimentos para estabelecer objetivos ambientais, a seleção e implementação de ações ambientais. Estes métodos não reduzem o dano ambiental, mas estabelecem subsídios que auxiliam na correta adoção das práticas ambientais.

No que diz respeito às práticas operacionais, os autores constatam mudanças no sistema de produção e operações. As modificações relacionadas a produtos são focadas em design ambientalmente consciente, de modo a eliminar materiais perigosos e poluentes. As alterações de processos concentram-se no desenvolvimento e implementação de métodos produtivos ambientalmente responsáveis. A terceira prática, relacionada pelos autores, visa comunicar e divulgar as ações ambientais às partes interessadas. Esta prática tem objetivos comerciais e visa estabelecer as relações com os stakeholders, portanto, não é focada em melhorar o desempenho ambiental e, sim, em divulgá-lo (González-Benito & González-Benito, 2006).

No que diz respeito a escolha das melhores alternativas de boas práticas ambientais e sociais, Sanches (2000) propõe que as empresas adotem metas mais restritivas do que as legalmente impostas. São elas: prioridade à saúde e segurança dos empregados, consumidores e da comunidade;

promoção de políticas que evitem os recursos escassos, espécies em extinção e apoio a regimes opressivos; influência direta da política ambiental nos processos de fabricação, práticas de manutenção e emissões; redução, reuso e reciclagem de materiais; monitoração e mensuração das emissões; redução do uso e de emissão de substâncias tóxicas; recuperação de produtos e embalagens para reuso e reciclagem; treinamento ambiental aos empregados; melhoria ambiental contínua e contabilidade de custos ambientais.

As empresas podem trabalhar a gestão ambiental sob três diferentes abordagens: (a) controle da poluição, que estabelece práticas para evitar a contaminação ambiental que possa ser gerada por seus processos, controlando as saídas (end of pipe); (b) prevenção da poluição, que atua sobre produtos e processos a fim de evitar, reduzir ou modificar a geração de impactos; e (c) estratégica, onde as questões ambientais fazem parte da estratégia de negócio (Barbieri, 2011).

Em suma, Sperandio e Gaspar (2008) afirmam que o envolvimento das empresas com as questões socioambientais pode se transformar numa oportunidade de negócios, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos stakeholders e a sustentabilidade dos recursos naturais. A preocupação de muitas organizações com o problema da poluição, por exemplo, tem feito com que elas reavaliem o processo produtivo, buscando a obtenção de tecnologias limpas e o reaproveitamento dos resíduos. Isso tem propiciado gerar economias, que não teriam sido obtidas se elas não tivessem focado nesse problema. Os benefícios econômicos podem resultar de economia de custos ou incremento de receitas. Os benefícios estratégicos resultam da melhoria da imagem institucional, da renovação da carteira de produtos, aumento da produtividade, do comprometimento do pessoal, melhoria nas relações de trabalho, estímulo à criatividade para enfrentar novos desafios e melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunidade e grupos ambientalistas.

Por conseguinte, Alievi e Antinarelli (2015) destacam que a gestão ambiental, quando executada de forma estratégica, precisa ser entendida como um conjunto de procedimentos que visem à integração da área ou do recurso de forma que a sustentabilidade, seja o requisito principal. Para tanto, é necessário que nos objetivos do processo, novas formas de condução das crises, sejam perseguidas incessantemente. Para que isso seja possível, Ribeiro e Corrêa (2013) ressaltam que é relevante considerar que em um processo de gestão estejam sempre presentes procedimentos de planejamento, monitoramento e fiscalização, fundamentados em novos princípios e aspectos, muitas vezes, subjetivos. Com estes procedimentos, pode-se praticar a conciliação, a participação e a corresponsabilidade dos vários atores envolvidos, inibindo, assim, a proliferação de conflitos socioambientais no país. Com estas medidas, fortalece-se a sociedade, o aparato legal e o desenvolvimento em todas as suas dimensões.

Considerando o uso de recursos naturais, a qualidade ambiental de um produto não deve ser avaliada somente de acordo com as características do produto em si ou de seu processo produtivo, mas, sim, pela análise de todo seu ciclo de vida, incluindo sua cadeia de suprimentos, formas de

reciclagem e disposição final. Técnicas de produção mais limpa devem ser incorporadas nos processos produtivos de forma que o processo de manufatura minimize a quantidade de materiais, perdas, efluentes e insumos prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente. Dentro, ainda, do escopo de qualidade ambiental, a localização ambientalmente adequada da atividade é de fundamental importância para se atingir uma real adequação ambiental de um produto manufaturado (Barbieri, 2011).

Neste cenário, o avanço do poder das empresas na sociedade abarca além de suas responsabilidades tradicionais, como fornecedora de bens e serviços, a responsabilidade com o bem-estar social do homem, transformando a instituição como propagadora e garantidora do bem comum. Assim, a responsabilidade socioambiental passa de uma relação entre empresa e empregados para atuar também na sociedade como um todo. A empresa toma para si questões antes designadas a outros sistemas organizacionais, que se tornam periféricos. O que determina esse movimento é a lógica de mercado, a única que justifica o que deve, ou não, ser feito (Munck, Bansi & Galelli, 2016).

Nessas condições, Claro e Claro (2014) afirmam que as ações de responsabilidade socioambiental podem levar a sociedade a legitimar as empresas como coordenadoras centrais do bem comum. As empresas têm, assim, seu poder ampliado, tornando-se necessário delimitá-lo, pois são apenas mais uma faceta social, com objetivos próprios e específicos. Ainda, como centralizadoras das ações sociais, as empresas podem obscurecer o desenvolvimento pleno da capacidade humana, substituindo-o pelos objetivos empresariais. Torna-se, portanto, oportuno refletir sobre a estrutura dos sistemas sociais, buscando aquela que mais possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida do homem.

## Elementos metodológicos da pesquisa

O método de pesquisa utilizado foi o estudo de caso em uma indústria pet food localizada na região do Vale do Rio dos Sinos, no estado do Rio Grande do Sul, que foi fundada no ano de 2001 e que se destaca entre as líderes de faturamento no mercado brasileiro. Produz alimentos extrusados, alimentos úmidos (sachês e patês) e semiúmidos (sticks e bifinhos) para cães e gatos, além de bastões de sementes para pássaros. Sua matriz e filial localizam-se no estado do Rio Grande do Sul e, em 2017, inaugurou uma distribuidora no Paraguai e dois centros de distribuição no Paraná. Atualmente, seus produtos podem ser encontrados em vários países, principalmente, da África e das Américas. Devido a confiabilidade das informações, a empresa será denominada BETA.

As técnicas de coleta de dados foram a observação participante com duração de 6 meses e uma pesquisa do tipo survey, a partir da aplicação de um questionário junto aos funcionários da matriz da empresa, exceto para os motoristas e ajudantes, pela dificuldade de acesso aos mesmos, visto que seu trabalho é externo e não possuem e-mail. A observação participante ocorreu de maio a outubro de 2017 e a aplicação da Survey aconteceu entre 01 a 30 de outubro de 2017. A partir da literatura, iniciou-se a construção do instrumento de coleta de dados. A etapa de



validação do questionário ocorreu por meio da técnica Delphi<sup>6</sup>, com a avaliação de três experts da área. Trabalhou-se com universo de 338 funcionários, onde se obteve retorno de 174 colaboradores, os quais atuam nos seguintes processos da empresa, conforme a Tabela 1.

Tabela 1:  
Perfil dos respondentes da pesquisa

	Frequência	% dos respondentes
Produção	72	41,40%
Processos de apoio	41	23,80%
Vendas	34	19,40%
Distribuição	25	14,30%
Desenvolvimento	2	1,10%
Total	174	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Ressalta-se que, excluíram-se os questionários de colaboradores com até 6 meses de empresa, pois entende-se que estes tiveram pouco tempo para assimilar as informações referentes aos procedimentos e até mesmo quanto à cultura da empresa, o que poderia não retratar a realidade organizacional. Os resultados da Survey foram tabulados com auxílio de uma planilha eletrônica (Microsoft Excel®), e posteriormente submetidos ao software Sphinx Brasil V5 para obter as informações classificadas e os percentuais.

O software Sphinx Brasil V5 facilita a importação de dados tabulados em planilhas do Excel, sendo apropriado para analisar dados quantitativos, por meio de análises estatísticas descritivas. Além disso, também permite a interpretação de dados qualitativos por meio de análises léxicas e de conteúdo. É um programa que facilita a análise de dados quantitativos e qualitativos, de acordo com a proposta e os objetivos da pesquisa, possibilitando construir tabelas e gráficos. Além disso, disponibiliza o uso de filtros dinâmicos para fazer as análises estatísticas, como correlações, teste do qui-quadrado, entre outros (Freitas & Janissek, 2000).

Por fim, foram realizados cruzamentos dos dados por setor, tempo de empresa e grau de instrução. Após a classificação, tabulação e codificação dos dados, realizou-se a análise dos mesmos a partir de estatística descritiva.

## Apresentação e discussão dos resultados

Inicialmente, buscou-se identificar quais são as práticas socioambientais presentes na BETA. Com base nas respostas fornecidas, verificou-se que predominam as práticas de separação de resíduos e a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho), conforme Tabela

2. As referidas práticas são reconhecidas por Aragón-Correa e Rubio-López (2007) e Tinoco e Robles (2006) como atividades que asseguram a estabilidade das relações ambientais no ecossistema no qual as empresas estão inseridas.

O tema “resíduos sólidos” é abordado com os colaboradores de diferentes maneiras: treinamento de integração, treinamento de BPF (Boas Práticas de Fabricação), treinamentos específicos de meio ambiente e coleta seletiva. Ademais, a CIPA está presente por meio dos seus “cipeiros”, os quais fazem reuniões mensais e realizam visitas nas áreas para avaliação das condições de saúde e segurança. Com isto, mantém uma presença ativa junto aos funcionários.

Tabela 2:  
Práticas Socioambientais da Empresa na Percepção dos Funcionários

	Frequência	%
Separação de resíduos	167	96,0%
CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho)	159	91,4%
Programa de participação nos resultados	156	89,7%
Seguro de vida	155	89,1%
Fornecimento de EPIs, treinamentos e palestras	154	88,5%
Vale-refeição	149	85,6%
Plano assistência médica/odontológica	147	84,5%
Auxílio educacional	145	83,3%
Melhorias para prevenção de acidentes	144	82,8%
Avaliação de riscos de trabalho	126	72,4%
Pesquisa de clima	143	82,2%
Tratamento de efluentes	143	82,2%
Controle de odores	141	81,0%
Educação ambiental	140	80,5%
Campanhas de saúde e segurança	134	77,0%
Melhorias em conforto ambiental (temperatura)	131	75,3%
Investimentos em minimização de ruídos	124	71,3%
Controle de consumo de água	117	67,2%
Melhorias em ergonomia (posição e altura de bancadas, cadeiras, computadores)	114	65,5%
Controle de emissões atmosféricas	113	64,9%
Canal de diálogo com a comunidade	91	52,3%
Projeto de redução de consumo de energia	89	51,2%

Fonte: Dados da pesquisa.

densa, dos fenômenos investigados, bem como orientar a tomada de decisões.

<sup>6</sup> Para Facione (1990) e Linstone e Turoff (2020), o método Delphi se caracteriza por permitir agregar múltiplas opiniões de especialistas acerca de temas, normalmente, complexos e/ou abrangentes. Desta forma é possível afirmar que a técnica facilita realizar uma análise, profunda e

Constatou-se que 52,3% dos respondentes afirmam que a empresa possui canal de diálogo com a comunidade, por meio de uma plataforma de mensagens instantâneas e e-mail. O projeto de redução de consumo de energia, embora evidenciado por 51,2% dos respondentes, não está consolidado. Ocorrem ações pontuais, tais como: conscientização sobre o desperdício de energia, compras de máquinas com motores mais eficientes do ponto de vista energético, uso de lâmpadas LED e iluminação natural por meio de telhas translúcidas e sensores de presença.

Avaliando o reconhecimento das práticas de gestão socioambiental, percebe-se que das 22 práticas elencadas, 17 delas são reconhecidas por mais de 70% da amostra, o que pode ser interpretado como boa divulgação das mesmas. Constata-se ainda que os indicadores socioambientais são conhecidos por uma parcela relevante dos funcionários, conforme demonstra Tabela 3. Contudo, na observação participante, verificou-se que não existe uma comunicação sistemática destes indicadores, mas que os assuntos resíduos sólidos e efluentes são mais presentes nas ações realizadas, o que pode influenciar a percepção dos colaboradores.

Tabela 3:  
Indicadores Socioambientais na Percepção dos Funcionários

	Frequência	%
Acidentes de trabalho	140	80,5%
Geração de resíduos sólidos	118	67,8%
Geração de efluentes	109	62,6%
Consumo de água	95	54,6%
Consumo de energia	75	43,1%
Não informou	6	3,5%
Capacitação de funcionários	1	0,6%

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando os meios de comunicação da BETA, verificou-se que os colaboradores utilizam mais de uma ferramenta para manterem-se atualizados sobre as questões socioambientais, com destaque para os murais localizados no refeitório e próximo aos pontos eletrônicos. Tal comportamento se justifica em virtude do elevado número de funcionários da área operacional, os quais não utilizam e-mail durante o expediente. Analistas, técnicos e lideranças recebem as informações por e-mail. Contudo, todos os grupos recebem treinamentos sobre as questões socioambientais. Neste sentido, pode-se inferir que é necessário utilizar mais de uma forma de comunicação para aumentar a abrangência e efetividade da informação, visto que o entendimento quanto às práticas socioambientais, faz com que os colaboradores se sintam mais engajados, melhorando o desempenho ambiental complementando aos preceitos teóricos de González-Benito e González-Benito (2006).

Os efeitos da comunicação efetiva podem ser evidenciados no percentual de 75,3% dos respondentes que declararam conhecer os aspectos ambientais e os riscos da

sua atividade. Por outro lado, verificou-se que os funcionários não identificam, com clareza, a diferença entre as aspectos e impactos ambientais e perigos e riscos de saúde e segurança, uma vez que deram exemplos tanto de aspectos, quanto de impactos ambientais, da mesma forma em perigos e riscos.

Na Tabela 4, apresentam-se os resultados, considerando aspectos ambientais, tais como geração de resíduos sólidos, consumo de água, combustível, energia e materiais, e geração de ruído ambiental (Sanches, 2000; Aragón-Correa & Rubio-López 2007; Barbieri, 2011); poluição do ar, do solo e da água (Sperandio & Gaspar, 2008; Barbieri, 2011). Da mesma forma, considerou-se tantos os perigos: ruído ocupacional, quanto os riscos: queda, risco ergonômico, doença ocupacional, queimadura, corte e acidente de trabalho (Sanches, 2000; Munck, Bansi & Galelli, 2016).

Constatou-se que os colaboradores possuem maior conhecimento quanto aos aspectos e impactos ambientais da sua atividade, do que dos perigos e riscos. A BETA não possui levantamento e matriz de avaliação destes quesitos, mesmo assim, os funcionários demonstram discernimento quanto às referidas temáticas, as quais são abordadas nos treinamentos de meio ambiente e segurança do trabalho. Polizelli, Petroni e Kruglianskas (2005) ressaltam que o objetivo de um sistema de gestão ambiental é a melhoria contínua, visando a redução dos impactos. Neste sentido, a fim de analisar as variáveis que podem interferir na adesão dos funcionários às práticas socioambientais, realizou-se alguns cruzamentos de dados.

Tabela 4:  
Aspectos, Impactos, Perigos e Riscos Identificados pelos Funcionários

Aspectos, Impactos, Perigos e Riscos	Frequência
Poluição do ar	25
Poluição da água	22
Geração de resíduos sólidos	22
Poluição do solo	20
Consumo de água	18
Consumo de energia	11
Consumo de materiais	11
Queda	4
Risco ergonômico	4
Acidente de trabalho	3
Ruído Ocupacional	3
Doença ocupacional	3
Geração de ruído	2
Consumo de combustível	2
Queimadura	2
Corte	1

Fonte: Dados da pesquisa.

Inicialmente, buscou-se analisar o fator relacionado ao tempo de empresa dos colaboradores. Verificou-se que a adesão às práticas aumenta em determinada faixa, diminui na outra e depois volta a aumentar. Das oito práticas, cinco predominam em respostas de funcionários com mais de 9 anos de empresa, o que pode sugerir que os mesmos estão inseridos na cultura. As práticas "faço as atividades com atenção, seguindo as regras de segurança e; economizo materiais" tiveram maior adesão no grupo de respondentes que possui entre 1 e 3 anos de empresa, isto é, que estão no início de sua carreira na BETA. A menor adesão em cinco das oito práticas está no grupo entre 3 e 6 anos de empresa que pode compreender funcionários que estejam em uma fase de acomodação.

Assim como o percentual de adesão às práticas socioambientais é maior entre o grupo de colaboradores que atuam há mais de 9 anos de empresa, o conhecimento dos aspectos socioambientais também se apresentou maior nesta faixa, denotando que o conhecimento e a adesão ao socioambiental é um processo de amadurecimento. A Tabela 6 apresenta o percentual dos respondentes que conhecem os aspectos socioambientais das suas atividades por tempo de empresa. O segundo grupo que mais conhece os aspectos é o que tem até um ano de empresa, talvez porque neste período os colaboradores recebem treinamentos mais intensos e frequentes. O grupo de 3 a 6 anos de empresa apresentou o maior percentual de colaboradores que não conhecem os aspectos socioambientais, o que pode estar atrelado ao fato deste assunto não ser trabalhado de forma sistemática na empresa, uma vez que a mesma ainda não possui levantamento e avaliação de aspectos e impactos ambientais.

Tabela 5:  
Práticas Socioambientais Executadas x Tempo na Empresa

	Até 1 ano (29)	1 a 3 anos (55)	3 a 6 anos (42)	6 a 9 anos (29)	Acima de 9 anos (11)
Evito desperdício de água	93,1%	87,3%	90,5%	89,7%	100%
Não deixo luzes e equipamentos ligados sem necessidade	89,7%	87,3%	81%	82,8%	100%
Separo os resíduos	86,2%	81,8%	71,4%	89,7%	100%
Sigo as regras de segurança	82,8%	90,9%	61,9%	89,7%	72,7%
Meus exames médicos em dia	58,6%	87,3%	61,9%	82,8%	100%
Uso os EPIs	72,4%	74,6%	64,3%	86,2%	100%
Economizo materiais	72,4%	80%	59,5%	69%	72,7%
Alerto colegas quando os vejo fazendo algo que pode por em risco sua segurança	69%	72,7%	59,5%	82,8%	81,8%

Nada, pois não acho importante	0,0%	3,6%	0,0%	3,5%	0,0%
--------------------------------	------	------	------	------	------

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 6:  
Conhece os Aspectos Socioambientais x Tempo na Empresa

	Até 1 ano (29)	1 a 3 anos (55)	3 a 6 anos (42)	6 a 9 anos (29)	Acima de 9 anos (11)
Sim	79,3%	74,6%	76,2%	69%	100%
Não	20,7%	18,2%	21,4%	17,2%	0,0%
Não informou	0,0%	7,3%	2,4%	13,8%	0,0%

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a influência da formação escolar na conscientização e adoção das práticas socioambientais, evidenciou-se que quatro das oito ações são executadas em maior percentual por funcionários com pós-graduação. Mas, ao mesmo tempo, as outras quatro são executadas em maior percentual por funcionários de ensino fundamental. Estes últimos trabalham em cargos operacionais da produção e expedição, os quais recebem treinamentos constantes sobre resíduos e segurança do trabalho. Por sua vez, os funcionários com pós-graduação são analistas, técnicos ou líderes, que trabalham nos escritórios, justificando o cuidado com luzes e equipamentos ligados e economia de materiais, conforme demonstra a Tabela 7.

Tabela 7:  
Práticas Socioambientais Executadas x Formação Escolar

	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Graduação	Pós-graduação
Evito desperdício de água	90,6%	90%	91,7%	100%
Cuido para não deixar luzes e equipamentos ligados sem necessidade	78,1%	83,8%	95,8%	100%
Separo os resíduos	93,8%	80%	81,3%	83,3%
Faço as atividades com atenção, seguindo as regras de segurança	78,1%	82,5%	79,2%	83,3%
Faço os exames médicos em dia	84,4%	75,0%	68,8%	83,3%
Uso os EPIs corretamente	81,3%	80%	64,6%	75%
Economizo materiais (papel, embalagens, combustível, etc.)	62,5%	76,3%	68,8%	83,3%
Se vejo alguém fazendo algo que possa por em risco sua segurança eu alerto a ela	84,4%	71,3%	66,7%	58,3%
Nada, pois não acho importante	6,3%	1,3%	0,0%	0,0%
Recolho lixo na minha rua	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%
Utilizo bicicleta	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%
Utilizo transporte coletivo	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%

Fonte: Dados da pesquisa.



Entretanto, o conhecimento dos aspectos socioambientais envolvidos nas suas atividades demonstrou-se maior no grupo que possui pós-graduação e decresceu gradativamente até o grupo com ensino fundamental. Deve-se considerar que não houve uma explicação sobre o conceito de aspectos socioambientais, o que pode ter influenciado no entendimento dos grupos com escolaridade mais básica. Em face do exposto, pode-se concluir que o tempo de empresa pode influenciar na conscientização dos funcionários, quanto mais o funcionário convive com os procedimentos e regras da empresa, participa de treinamentos e ações de conscientização, a cultura vai sendo assimilada e ele internaliza estas questões.

Conhecer os aspectos socioambientais e seus respectivos riscos e impactos também influencia na adoção das práticas de prevenção e minimização, conforme preconizado pelos autores Elefsiniotis e Warrham (2005), Nascimento (2007) e Barbieri (2011). A escolaridade não demonstrou influência significativa na adesão às práticas socioambientais, mas o setor e, por consequência, a atividade, influenciam nas práticas, devido aos aspectos e riscos envolvidos.

## Considerações

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a percepção dos colaboradores de uma indústria de pet food quanto as práticas socioambientais. Sumariamente, pôde-se inferir que o reconhecimento das práticas socioambientais da empresa e dos indicadores que a mesma controla são influenciados pela formação escolar e pelo tempo de empresa do funcionário, isto é, quanto maior a formação escolar e maior o tempo de empresa, maior o reconhecimento das práticas e dos indicadores socioambientais. Quanto à adoção das práticas, pode-se inferir que as mesmas estão relacionadas ao setor em que o funcionário trabalha e os aspectos relacionados com sua atividade, sendo algumas executadas mais pelo grupo operacional e outras mais pelo grupo administrativo.

Com relação aos meios de comunicação, as variáveis atreladas a formação escolar, processo que o funcionário atua e tempo de empresa, afetam os meios de comunicação utilizados. Funcionários mais antigos na empresa ou com formação escolar básica e que atuam em setores operacionais optam por meios de comunicação presencial (treinamentos e reuniões) e físicos (mural). Válido ressaltar que funcionários em posições operacionais não utilizam correio eletrônico. Colaboradores com nível de escolaridade maior, com menos tempo de empresa, que atuam nos processos de apoio, "Desenvolver" e "Vender", optam pelo e-mail como principal fonte de comunicação, que se justifica em virtude de utilizarem tal ferramenta para desempenho de suas atividades. Sendo assim, constata-se que é preciso utilizar diferentes meios de comunicação para atingir todos os públicos e, sempre que possível, o presencial, pois este aumenta a eficiência do processo.

Esta pesquisa pode servir como base para planejamento e implementação de sistema de gestão socioambiental, uma vez que a sua eficiência está atrelada à aderência dos colaboradores da instituição. O artigo

contribui com riqueza de dados para análises mais aprofundadas, adaptado a cada realidade, pois existem vários fatores que influenciam nas respostas quando se trabalha com conscientização.

Por fim, ainda que esta pesquisa tenha atingido os objetivos propostos e que o rigor metodológico tenha sido perseguido, não se pode eximir a existência de limitações, que reside na falta de acesso ao público de motoristas e ajudantes, dificuldades de retorno na aplicação do questionário via e-mail. Como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se analisar, por meio de indicadores, se as práticas mais reconhecidas e/ou adotadas pelos funcionários estão apresentando melhorias.

## Referências

Abinpet - Associação Brasileira da Indústria Pet Food. Manual Pet Food Brasil - Guia de Sustentabilidade. 9. ed. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.mflip.com.br/pub/abinpet/index3/#page/376>>. Acesso em: 20 jan 2019.

Albuquerque, J. D. L. (2009). Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas.

Alievi, R. M., & Antinarelli, A. (2015). Construindo a gestão estratégica sustentável: um estudo sobre a empresa Mercur SA. Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, 8.

Aligleri, L., Aligleri, L. A., & Kruglianskas, I. (2009). Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio.

Almeida, A. F., Santos, C. C. A. A. (2020) Inovação tecnológica e sustentabilidade: bases para o futuro da indústria de alimentos. Revista Desafios- Suplemento. Disponível em <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/desafios/article/view/8781/16604>>. Acesso em 21 jul 2020.

Aragón-Correa, J. A., & Rubio-Lopez, E. A. (2007). Proactive corporate environmental strategies: myths and misunderstandings. Long Range Planning, 40(3), 357-381.

Barbieri, J.C. (2011). Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva.

Baumgartner, R. J., & Winter, T. (2014). The sustainability manager: A tool for education and training on sustainability management. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 21(3), 167-174.

Bezerra de Souza, A. F. (2018). O mercado pet brasileiro - uma análise de 2012 a 2017. REDE, vol. 7, nº 1. Franca, SP.

Cagno, E., Trucco, P., & Tardini, L. (2005). Cleaner production and profitability: analysis of 134 industrial pollution prevention (P2) project reports. Journal of Cleaner Production, 13(6), 593-605.

- Chan, E. S., & Wong, S. C. (2006). Motivations for ISO 14001 in the hotel industry. *Tourism Management*, 27(3), 481-492.
- Claro, P. B. O., & Claro, D. P. (2014). Sustentabilidade estratégica: existe retorno no longo prazo? *Revista de Administração*, 49(2), 291-306.
- Elefsiniotis, P., & Wareham, D. G. (2005). ISO 14000 environmental management standards: their relation to sustainability. *Journal of Professional Issues in Engineering Education and Practice*, 131(3), 208-212.
- Epstein, M.J. (2018). *Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts*. Routledge.
- Facione, P. A. (1990). *Critical thinking: a statement of expert consensus for purposes of educational assessment and instruction. Research findings and recommendations (Report)*. Newark: American Philosophical Association.
- Freitas, H., & Janissek, R. (2000). Análise Léxica e Análise de Conteúdo: técnicas complementares, seqüências e recorrentes para análise de dados qualitativos. Porto Alegre: Sphinx-Sagra.
- Furtado, R. A.; Costa, G. F. M.; Magalhães, K. M. B.; Nakagaki, L. K. R.; Fonseca, N. M. M. (2009). Uma Análise de Balanços Sociais Empresariais a partir de uma Comparação entre os Modelos Ethos, Ibase e GRI. XXXIII Encontro da ANPAD. São Paulo.
- Gianni, M., Gotzamani, K., & Tsiotras, G. (2017). Multiple perspectives on integrated management systems and corporate sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 168, 1297-1311.
- González-Benito, J., & González-Benito, Ó. (2006). A review of determinant factors of environmental proactivity. *Business Strategy and the environment*, 15(2), 87-102.
- Jabbour, C. J. C. (2007). *Contribuições da gestão de recursos humanos para a evolução da gestão ambiental empresarial: survey e estudo de múltiplos casos (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo)*.
- Linstone, H. A., & Turoff, M. (2002). *The Delphi method: Techniques and applications*. Addison Wesley Newark, NJ: New Jersey Institute of Technology.
- Mazon, M.S., & Moura, W. G. (2017). Cachorros e humanos: mercado de rações pet em perspectiva sociológica. *Civitas, Rev. Ciênc. Soc.* Vol. 17, nº1. Porto Alegre/RS.
- Munck, L., Bansi, A. C., & Galleli, B. (2016). Sustentabilidade em Contexto Organizacional: uma análise comparativa de modelos que propõem trajetórias para sua gestão. *Revista de Ciências da Administração*, 1(1), 91-110.
- Nascimento, L. F. (2007). Quando a gestão social e a gestão ambiental se encontram. *Anais do Encontro Nacional De Cursos De Pós-Graduação Em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Polizelli, D. L., Petroni, L. M., & Kruglianskas, I. (2005). Gestão ambiental nas empresas líderes do setor de telecomunicações no Brasil. *Revista de Administração-RAUSP*, 40(4).
- Porter, M., & Van der Linde, C. (1995). Green and competitive: ending the stalemate. *The Dynamics of the eco-efficient economy: environmental regulation and competitive advantage*, 33.
- Ribeiro, H. C. M., & Corrêa, R. (2013). Análise da produção científica da temática gestão socioambiental na perspectiva da revista RGSA. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 7(2), 86- 104.
- Rothenberg, S., Schenck, B., & Maxwell, J. (2005). Lessons from benchmarking environmental performance at automobile assembly plants. *Benchmarking: An International Journal*, 12(1), 5-15.
- Sanches, C. S. (2000). Gestão ambiental proativa. *Revista de Administração de Empresas*, 40(1), 76-87.
- Sperandio, S. A., & Gaspar, M. A. (2009). Gestão socioambiental em empresas industriais. *Revista de Administração da UFSM*, 2(1), 21-40.
- Sroufe, R. (2017). Integration and organizational change towards sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 162, 315-329.
- Tinoco, J. E. P., & Robles, L. T. (2006). A contabilidade da gestão ambiental e sua dimensão para a transparência empresarial: estudo de caso de quatro empresas brasileiras com atuação global. *Revista de Administração Pública*, 40(6), 1077-1096.
- Thijssens, T., Bollen, L., & Hassink, H. (2015). Secondary stakeholder influence on CSR disclosure: An application of stakeholder salience theory. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 873-891.
- Wijethilake, C. (2017). Proactive sustainability strategy and corporate sustainability performance: The mediating effect of sustainability control systems. *Journal of environmental management*, 196, 569-582.