

# **A Responsabilidade Social Empresarial e Seus Limites: O Programa de Agricultura Familiar implementado pela empresa Agropalma no município de Tailândia-PA.**

**Werenna Fernnanda Garcia Batista**  
werennagarcia@yahoo.com.br  
UNAMA

**Hubert Drouvot**  
hubert@unama.br  
UNAMA

**Claudia Magalhães Drouvot**  
cdrouvot@unama.br  
UNAMA

**Renata Gouvêa Fares Ranieri**  
renata-fares@hotmail.com  
UNAMA

**Resumo:** As ações de responsabilidade social são importantes para a manutenção de uma empresa no mercado e por este fato as empresas vêm adotando um comportamento socialmente responsável. Contudo, nem todas estão dispostas a assumirem maiores responsabilidades perante a sociedade, ou seja, as empresas realizam ações de responsabilidade social mais impõe limites nestas ações, limites estes que não ultrapassem as responsabilidades do Estado como provedor do bem estar social. Assim, o presente artigo objetiva mostrar, através de uma pesquisa de caráter exploratório, os limites das ações de responsabilidade social a partir da perspectiva de um estudo de caso realizado em uma comunidade participante do Programa de Agricultura Familiar implantado pela empresa Agropalma, no município de Tailândia (PA). A escolha do Programa se deu em função das características e do tempo de vigência do mesmo, além da forte participação da empresa que o mantém.

**Palavras Chave:** Responsabilidade soc - Agricultura Familiar - óleo de palma - -

## **1. INTRODUÇÃO**

A Amazônia possui uma extensão territorial de grandes proporções e biodiversidade imensurável, contudo, ainda não se conseguiu mudar seu legado de periferia exportadora de recursos.

Becker (2010) relata que, a Amazônia passou a chamar atenção do mundo por possuir uma grande área de riquezas naturais e pela evolução de sua degradação. E com todo seu potencial, a Amazônia ainda não usufrui de benefícios, economicamente ainda produz apenas 7% do PIB nacional. Sendo fato, que a população não desfruta de condições de vida condizentes com sua riqueza natural, e possui um dos piores Índices de Desenvolvimento Humano do País. (PNUD, 2010).

De acordo com Vasconcelos e Vasconcelos Sobrinho (2006), na região os projetos desenvolvimentistas possuem uma história de preocupação econômica, e como consequência os problemas socioambientais foram deixados em segundo plano, assim grandes empreendimentos industriais foram implementados na região e as populações tradicionais foram excluídas.

Os investimentos do governo brasileiro, nos últimos anos, são reflexos das pressões internacionais por políticas de desenvolvimento sustentável na gestão da região amazônica. (Becker, 2010).

Mais do que políticas preservacionistas, há interesse em recuperar áreas já degradadas e incluir socialmente famílias que se encontravam à margem da sociedade.

Em 2010, o Governo Federal lançou o Programa de Produção Sustentável de Óleo de Palma na Amazônia, no Estado do Pará, com a finalidade de produzir, em larga escala, o óleo de palma. (Agência Câmara de Notícias, 2010).

Juntamente com o Programa do Governo Federal entrou em vigor um Projeto de Lei que estabelece critérios para que o Programa possibilite a recuperação de áreas desflorestadas, e de oferecer condições para a incorporação da agricultura familiar no Programa. (DROUVOT C.; DROUVOT, H., 2010).

Esta incorporação de agricultores familiares ao Programa do Governo Federal possui características semelhantes ao Programa de Agricultura Familiar do Grupo Agropalma, salienta-se deste fato a relevância do estudo. Ou seja, o Programa de Agricultura Familiar implementado pelo Grupo Agropalma será replicado por várias outras empresas que irão trabalhar com o óleo de palma no Estado do Pará.

O Programa de Agricultura Familiar do Grupo Agropalma é uma ação de responsabilidade social e já existe há 10 anos, com a finalidade de integrar famílias de agricultores a produção de óleo de palma, gerando renda para esta comunidade de agricultores. Contudo, as ações de responsabilidade social do Grupo não ultrapassam os termos estabelecidos em contrato com os agricultores familiares associados.

As mazelas sociais têm exigido soluções rápidas e viáveis com o envolvimento da comunidade, do governo e do setor privado. (MELO NETO E FROES, 2001).

Assim, as ações desenvolvidas por grupos empresariais tem se tornado de suma importância para suprir as necessidades da sociedade como um todo. O crescente interesse empresarial no envolvimento com atividades sociais tomou maiores proporções, já que este passou a ser reconhecido como importante para os negócios. (TENÓRIO, 2006).



A atuação de uma empresa depende da utilização de recursos que pertencem a sociedade. Ao usufruir destes recursos em benefício próprio, a empresa contrai uma dívida social para com a sociedade. (MELO NETO E FROES, 2001).

Dessa forma, o pagamento desta dívida deve ser realizado a partir de ações que beneficiem a sociedade com a finalidade de lhe retribuir o que lhe foi usurpado.

Contudo, Almeida (2011) relata que determinadas ações para o benefício da sociedade excedem as atribuições das empresas. Neste sentido nem todas as empresas mostram-se disponíveis a resolver situações que na sua visão deveriam ser de responsabilidade do Estado.

Não obstante, este trabalho tem como objetivo evidenciar os limites nessas ações de responsabilidade social, a partir de um estudo de caso realizado no Programa de Agricultura Familiar implantado pela empresa Agropalma, a cerca de 10 anos no Estado do Pará. Partindo do questionamento: qual o limite das ações de responsabilidade social de uma empresa?

## **2. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

A partir dos anos 80 com o capitalismo financeiro, o mercado passou a se preocupar exclusivamente com o lucro, e as questões sociais foram transferidas para o Estado, que se tornou provedor do bem estar social.

Entretanto, o insucesso do Estado neste papel fez com que a sociedade reconhecesse que as empresas, como grandes portadoras e geradoras de riquezas materiais, poderiam assumir maior responsabilidade com a sociedade. (SCHROEDER E SCHROEDER, 2004).

Estas mudanças nas perspectivas da sociedade aliadas a evolução tecnológicas e ao processo de globalização proporcionaram mutações inéditas e complexas no mundo dos negócios. Os impactos que as organizações causam na sociedade têm sido cada vez mais notáveis e significativos, que segundo Ashley (2003) a fluidez das comunicações, derrubaram as fronteiras existentes entre países e continentes, provocando também a transformação social.

Diante dos fatos, questões relacionadas com a responsabilidade social têm recebido atenção da sociedade.

Na visão de Ashley (2003), esta realidade do mercado fez com que as organizações direcionassem seus investimentos para outras estratégias que vão além dos atributos básicos como preço e qualidade, passando a exaltar a confiabilidade e a ética entre a empresa e seus consumidores, entre outras estratégias diferenciadas.

Segundo Torres (2004), a ideia de responsabilidade social, nasceu no início do século XX ganhando popularidade nos anos 70, na Europa, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra. No continente Americano os Estados Unidos foi o primeiro, no Brasil as primeiras manifestações neste sentido aconteceram ainda no final da década de 70. Na visão de Savitz (2007) muito provavelmente a noção de responsabilidade social iniciou-se através de ações filantrópicas, prova disso é que os grandes capitalistas da época possuíam fundações caritativas.

Na perspectiva de Santos (2003) a filantropia trata das ações de benemerência da empresa por meio de participações em campanhas isoladas ou doações aleatórias que faz a instituições sociais, enquanto o conceito de responsabilidade social possui uma amplitude muito maior, tornando a empresa corresponsável, juntamente com o poder público, por seu desenvolvimento.

A filantropia é Para Melo Neto e Froes (2001) existem duas dimensões na evolução do conceito de responsabilidade social. A visão filantrópica corresponde à dimensão inicial do exercício da responsabilidade social da responsabilidade social. A segunda dimensão seriam as ações com a comunidade, nesta dimensão a empresa norteia suas ações sociais em princípios e valores éticos e busca reforçar as relações com seus stakeholders.

Durante anos, segundo o autor, o empresariado não se preocupava com as consequências sociais de seus negócios, apesar da experiência com o paternalismo na Europa, a responsabilidade social resumia-se em doações a instituições filantrópicas. A ideia que se tinha é que após acumular um grande volume de capital por meio da sociedade, os mesmos deveriam restituí-la por seu acúmulo de riquezas. (SAVITZ, 2007).

Ao longo das décadas de 1970, 1980 e 1990, desenvolveu-se um grande número de movimentos sociais, cada um exercendo um tipo de pressão sobre as empresas e foi assim que a responsabilidade social foi evoluindo ao passar do tempo. (SAVITZ, 2007).

De acordo com Barbieri (2007), este tema no Brasil, responsabilidade social empresarial, não é novo, porém alcançou dimensões maiores a partir de 1990. A responsabilidade social se alicerça na hipótese de que as empresas nasceram para oferecer a sociedade bens e serviços que visam suprir as necessidades e informar à sociedade sobre seus atos. (TORRES, 2004).

Freire et al (2008) relatam que o tema responsabilidade social possui uma história longa e diversificada no que tange a sua literatura, não havendo um consenso entre os autores em relação às responsabilidades designadas às organizações. Ainda segundo os autores, a relação entre as organizações e a sociedade abarca interesses polarizados e com forte interdependência.

Maximiano (2004) assegura que existem duas correntes acerca da responsabilidade; a primeira é a doutrina da responsabilidade social e a segunda é a doutrina do interesse do acionista. A primeira corrente, afirma que a responsabilidade social considera que as organizações só existem a partir da “autorização” da sociedade, pois são provenientes dela os recursos utilizados pelas organizações e, conseqüentemente, deveriam proporcionar um retorno positivo à sociedade. A segunda corrente, por sua vez, defende que não cabe à empresa solucionar as mazelas sociais e sim ao governo, contrariando o posicionamento da corrente anterior.

Contudo, o conceito definitivo de responsabilidade social ainda encontra-se em processo de construção e entende-se que qualquer posicionamento a ser defendido em relação ao tema deverá preconizar um conhecimento profundo ao seu respeito.

Neste sentido, várias são as tentativas de apresentar a concepção de responsabilidade social. O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização caracterizada como OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), que possui como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável. O mesmo define o conceito responsabilidade social como

“(...) a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”



Para Melo Neto e Froes (2001), a responsabilidade social nada mais é que o compromisso da empresa com a sociedade é uma forma de prestação de contas de seu desempenho, baseado na apropriação e uso de recursos que originalmente não lhe pertenciam.

Almeida (2007, p. 114) destaca que “a responsabilidade social enfatiza o papel importante que as organizações representam em uma sociedade, auxiliando na manutenção e no desenvolvimento do bem-estar social”.

Segundo Ashley (2003, p.11) o processo de responsabilidade social das empresas pode ser entendido como “um processo evolutivo, onde as ações organizacionais com o passar dos anos foram sendo aprimoradas”, ou seja, inicialmente desenvolveu-se um conjunto de ações de caráter filantrópico e, posteriormente, as organizações passaram a desenvolver ações socialmente responsáveis, atribuindo, no entanto, apenas para alguns setores a responsabilidade pelo comportamento ético e social da companhia e de seus funcionários.

A partir de então, ainda de acordo com Ashley (2003), as empresas passaram refletir e avaliar seus próprios atos e procedimentos internos, atitudes estas que afetam de alguma forma a sociedade, já que há o entendimento de que as empresas estão inseridas em um ambiente complexo e suas atividades influenciam e sofrem influência dos diversos atores sociais, comunidade e sociedade. (CHANLAT, 2007).

Logo, em razão da riqueza que acumulam ou têm capacidade de concentrar, as empresas carregam consigo um potencial de transformar e melhorar o ambiente social de que fazem parte.

As organizações passaram a adotar um comportamento socialmente responsável, que busca recolocar suas ações de forma a beneficiar a sociedade, a partir da adoção de obrigações além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas as suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. (ASHLEY, 2003).

No Brasil, Freire et al (2008) relatam que a partir dos anos 2000 os estudiosos do tema responsabilidade social passaram a propor modelos para ampliar as estruturas vinculadas às ações socialmente responsáveis, superando a concepção reducionista da filantropia.

De acordo com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social<sup>1</sup>, as desigualdades existentes no Brasil aliadas às deficiências do Estado têm conferido maior relevância à responsabilidade social. Este fato está ligado aos inúmeros problemas estruturais encontrados no país, como a fome e a violência, que tem determinando uma transformação na forma que as empresas conduzem seus negócios. (SCHROEDER; SCHROEDER, 2004).

Atualmente, a responsabilidade social está no centro das discussões das principais economias do mundo e é praticamente indissociável do conceito de desenvolvimento sustentável, este definido como “modelo de desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas, 1987).

A partir dos anos 90 no Brasil, a questão ambiental passou a estar no centro das discussões da sociedade como um todo e ações empresariais passaram a exigir o respaldo da sustentabilidade, sem perder a lucratividade da organização. (TACHIZAWA, 2006). Ainda na perspectiva de Tachizawa (2006) todas essas exigências do mercado transformaram a atitude e a postura dos gestores organizacionais, que a partir dos anos 90 passaram de “defensiva e reativa para ativa e criativa”.



Tachizawa (2006) expõe que a gestão responsável tornou-se uma atividade que passou a proporcionar ganhos financeiros à empresa. Retrato disso é que as práticas de ações sociais por organizações têm recebido destaque no mundo corporativo, deixando de ser um problema para se tornar a solução de determinadas situações no contexto empresarial.

Esta quebra de paradigmas nas práticas de gestão organizacional faz com que a gestão organizacional atual deixe de ser individual e passe a interagir com o coletivo, proporcionando benefícios a todas as partes interessadas. A responsabilidade social, portanto, passou a ser vista no mundo empresarial como uma nova forma de aumentar o lucro e potencializar seu desenvolvimento. (Ashley, 2003).

Empresas que passam a se preocupar com os problemas da sociedade, auxiliando a solucionar-los, deixa de ser vista como vilã e passa a ser vista como empresa-cidadã. (MELO NETO E FROES, 2001).

Este título trás vantagens competitivas importantes para a empresa, como também auxilia na solidez das atividades da empresa, visto que a sociedade é quem legitima suas atividades. (MELO NETO E FROES, 2001).

## 2.1. PREOCUPAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS E LIMITES DE ATUAÇÃO

Para a atuação social de uma empresa, é necessário que a mesma considere a importância de todos os atores que mantém uma relação direta e indireta com a empresa. (MACÊDO; CÂNDIDO, 2011).

Estes atores sociais, também denominados *stakeholders*<sup>2</sup>, são fundamentais para a manutenção de uma empresa, sem o seu devido apoio não há como a empresa perdurar no mercado.

Na visão de Melo Neto e Froes, quando uma empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais com seus stakeholders, ela perde seu capital de responsabilidade social, que resulta na perda de credibilidade e prejuízo a sua reputação, quesitos fundamentais para a solidez de uma empresa no mercado.

Para Savitz (2007) os problemas e oportunidades referentes ao desempenho econômico, social e ambiental da empresa refletem os interesses de seus stakeholders. E a solução dos problemas e a maximização das oportunidades exigirão comunicação entre a empresa e seus stakeholders.

Muitos stakeholders possuem meios de influenciar as decisões das empresas. Alguns com direito a voto, como os acionistas, que participam das decisões da empresa, e outros com direitos de voto indiretos, no caso dos cidadãos, que possuem o poder de legitimar a atuação das organizações. Outro grupo de stakeholders são os clientes que tem o poder de escolha de compra de inúmeros produtos. (SAVITZ, 2007).

Este último grupo tem recebido papel relevante para a difusão do tema responsabilidade social, são os clientes que, segundo Tachizawa (2006), “estão cada dia mais rigorosos e exigentes” e buscam interagir com organizações éticas que possuam uma boa imagem institucional e que atuam de forma ecologicamente correta.

No entanto, para Barbieri e Cajazeiras (2009), a empresa não tem o poder de escolher quem tem interesse nela, desta forma qualquer pessoa ou grupo pode ser parte interessada mesmo que não seja acionista, cliente ou vizinha da empresa.



Assim, os autores entendem as empresas funcionam de forma complexa e interativa onde a aproximação com as pessoas ou grupos proporciona a expansão da solidariedade em escalas elevadas.

Partindo deste pressuposto, Melo Neto e Froes (2001) afirmam que as ações de responsabilidade social realizadas de forma consistente e inteligente podem ser um fator contribuinte para a melhora do desempenho da empresa. Ainda segundo os autores, uma ação de responsabilidade social bem conduzida coloca a empresa em posição de destaque frente aos seus stakeholders.

Contudo, nem sempre os interesses das empresas estejam de acordo com os interesses dos stakeholders, cabe às empresas procurarem áreas de ligação potencial entre os benefícios para a sociedade e a necessidade de geração de lucro. (SAVITZ, 2007).

Vale ressaltar que a busca por um equilíbrio entre os interesses também é importante para que a relação entre a empresa e seus stakeholders possa fluir dentro da normalidade. Todo gestor de negócios deve enfrentar o desafio de equilibrar os interesses de vários stakeholders.

Para Savitz (2007), as empresas bem gerenciadas e os gestores bem sucedidos lançam mão de todas as ferramentas disponíveis, inclusive da habilidade *política*<sup>3</sup> para alcançar seus objetivos.

Entretanto, há de se considera que as ações de responsabilidade social de uma empresa com seus stakeholders deve ser pautava em limites e ponderações.

Almeida (2011) relata que de acordo com suas pesquisas algumas empresas acreditam que determinadas ações em prol da sociedade excedem suas atribuições. Vale ressaltar que uma empresa tem por prioridade a geração do lucro, e que não lhe é interessante resolver situações que, na sua percepção, são de responsabilidade do Estado.

Na visão de Schroeder e Schroeder (2004) também é conveniente à existência de certa delimitação destas atividades sociais realizadas por uma empresa, já que algumas empresas com grandes poderes econômicos e políticos podem passar a interferir diretamente na dinâmica social.

Para Almeida (2011) é preciso que aja bom senso nas relações de poder entre organismos multistakeholders.

Considera-se que nem sempre cabe a empresa a resolução de certas dificuldades, o desafio está em dizer “não” sem fechar o dialogo. (ALMEIDA, 2011).

Para Savitz (2007), muitas vezes não há como fazer concessões a stakeholders antagônicos. Esta relação é uma via de mão dupla que sempre demanda reajustes e ponderações de todas as partes interessadas.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A pesquisa é exploratória, quanto aos fins, já que há pouco conhecimento acumulado e sistematizado na área. (VERGARA, 1998).

Este trabalho é de natureza exploratória por não haver outros trabalhos no *locus* de pesquisa que abordem os pontos que foram trabalhados nesta pesquisa.

Quanto aos meios que foram utilizados pelo pesquisador esta pesquisa é de campo, bibliográfica, documental, e estudo de caso.



Uma vez que de acordo com Vergara (1998) os tipos de pesquisa não são mutuamente excludentes. Deste modo, para a realização deste trabalho, utilizar-se-á como fonte de dados documentos científicos, na busca de uma abordagem teórica sobre o tema a ser investigado, e não científicos, a fim de esclarecer de forma mais atualizada as incógnitas referente à realidade vivenciada no campo.

Outro meio de investigação que foi utilizado é o estudo de caso que tem caráter de profundidade e detalhamento (VERGARA, 1998) e foi concretizado em campo. O estudo realizou-se em uma comunidade localizada no entorno da propriedade do Grupo Agropalma, a fim de compreender melhor as ações realizadas pelo Grupo nas comunidades localizadas em suas proximidades.

Para a coleta de dados e observação da realidade, viu-se a necessidade de deslocar-se até as intermediações da empresa, a fim realizar entrevistas com agricultores familiares beneficiários do projeto da empresa.

A seleção do Programa de Agricultura Familiar do Grupo Agropalma, se deu pelo fato de já possuir 10 anos de existência e já está consolidado. Outro ponto que influenciou na escolha do *locus* de pesquisa foi o fato de o Governo Federal lançar, em 2010, o Programa de Produção Sustentável de Óleo de Palma com incentivo a inserção da agricultura familiar na plantação e cultivo de palma em parcerias com grandes grupos empresariais.

No Estado do Pará o Programa de Agricultura Familiar do Grupo Agropalma tem sido seguido por outras empresas do mesmo setor que estão em fase de introdução no Estado, com a finalidade de contribuir para o desenvolvimento de comunidades localizadas no entorno das plantações destas empresas.

A implantação do Programa do Grupo foi dividida em três fases realizadas respectivamente e denominados Projeto I, Projeto II, e Projeto III. De um universo de 185 famílias que estão inseridas no Programa de Agricultura Familiar do Grupo, 35 são assentados do INCRA. E 150 famílias são associadas de duas associações distintas, uma contendo associados do Projeto I e III, com 50 famílias cada, e outra associação que contempla o Projeto II, contendo 50 famílias. Para esta pesquisa buscou-se realizar um estudo mais extenso com os associados do Projeto I, visto que já estão inseridos no programa há 10 anos e já possuem sua dívida de financiamento para implantação do Projeto praticamente liquidada.

Destas 50 famílias, foram selecionadas quatro agricultores, que serão denominados Agricultor 1 (A1), Agricultor 2 (A2), Agricultor 3 (A3), Agricultor 4 (A4), a fim de preservar suas identidades, para responder a entrevistas semiestruturadas e mais aprofundada. As questões referem-se às perspectivas atuais em relação ao programa da empresa do qual participam. Os mesmos tiveram a oportunidade responder perguntas elaboradas através de um roteiro pré-estabelecido pelos pesquisadores. A entrevista realizada foi conduzida de forma aberta a fim de oferecer maior liberdade aos entrevistados, para que os mesmo pudessem expor suas ideias de maneira espontânea.

#### **4. APRESENTAÇÃO DA REALIDADE ORGANIZACIONAL**

O Grupo Agropalma foi fundado em 1982, e desde então atua no segmento agroindustrial, conta com cinco agroindústrias, e recentemente reorganizado em duas empresas.

A criação do grupo está ligada, segundo Magalhães e Drouvot (2009), a política de governo desenvolvida na década de 80, para auxiliar através da SUDAM projetos de





investimento na Amazônia, encorajando o desenvolvimento de culturas perenes ou da pecuária na região. O Grupo, fundado pelo grupo bancário Real, tem a sua sede localizada em São Paulo, e possui capital totalmente nacional. (MAGALHÃES, C.; DROUVOT, H, 2009).

Constituindo o maior complexo agroindustrial de plantio de palma, produção e processamento de óleo de palma do país. O grupo possui uma área total de 107 mil hectares, sendo 39 mil hectares de palmeiras já plantadas. (AGROPALMA, 2012).

Além de 14 mil hectares de plantações em fazendas vizinhas e das famílias agricultores incluídos no Programa de Agricultura Familiar do grupo. (MAGALHÃES E DROUVOT, 2009).

Os autores afirmam dentre os 107 mil hectares de área total do grupo, mais de 60 mil hectares são áreas de reservas florestais, onde não há atividade humana. Os restantes do território do grupo, dividi-se no parque industrial, estações e tratamento de água, laboratório, geradores de energia elétrica, e infraestrutura de habitação e social, como clube e refeitórios, para os colaboradores.

O óleo extraído da palma é utilizado em grande parte pela indústria alimentícia, pois substitui a gordura trans. Está presente também nos produtos de higiene e limpeza, lubrificantes e no biocombustível. (SECRETARIA DE AGRICULTURA FAMILIAR, 2010).

Estudos realizados pela Embrapa (2004) mostram o óleo de palma, sob o plantio racional da palma, como uma fonte confiável para substituir ou compor o óleo diesel. O mesmo possui várias características vantajosas como a alta produtividade em um espaço pequeno, bem como o cultivo perene que começa a produzir frutos a partir de 3 anos, depois de semeada, tem uma vida econômica entre 20 a 30 anos (BIODIESELBR, 2012), e utiliza mão-de-obra abundante. (MONTEIRO et al 2006).

Os maiores produtores, em nível mundial, de óleo de palma, são a Malásia e a Indonésia, que representam cerca de 72% da produção. (SANTOS ET AL, 1998).

Contudo, o setor de atividade mundial de produção de óleo de palma vem, ao longo dos anos recebendo, críticas em decorrência das políticas de expansão da produção óleo nestes países.

Segundo relatório da ONG Greenpeace publicado em 2009, um dos vários grupos produtores de óleo de palma na Indonésia é responsável sozinho por um impacto devastador sobre a biodiversidade e as comunidades locais. Este grupo era fornecedor de óleo de palma para multinacionais e como a Unilever e a Nestlé, sendo esta primeira a maior consumidora do óleo de palma no mundo. (GREENPEACE, 2009).

Após inúmeros protestos da ONG Greenpeace a Unilever suspendeu, a fim de evitar confrontos com o movimento social, como afirma Kirschner (2009).

Neste sentido, em 2004, em resposta a solicitação global por uma produção sustentável de óleo de palma, criou-se o RSPO, que em português significa Mesa Redonda sobre Óleo de Palma Sustentável. Com o objetivo promover o crescimento e a utilização de óleo de palma sustentável, através de padrões globais credíveis e engajamento de stakeholders como: produtores, processadores de óleo de palma ou comerciantes, fabricantes de bens de consumo, varejistas, bancos e investidores, ONGs de conservação ambiental ou da natureza e sociais ou ONGs de desenvolvimento. (RSPO, 2012).

Como maior produtor de óleo de palma da América Latina, o Grupo Agropalma é fornecedor de óleo bruto e refinado para grandes multinacionais de alimentos, como a



Danone, a Nestlé, a Ajinomoto, a Elma Chips, e o grupo brasileiro Sádía. (MAGALHÃES DROUVOT, C.; DROUVOT, H, 2009).

A mesma recebeu a certificação da RSPO em 2011, se tornando a primeira empresa das Américas a conquistar o selo de sustentabilidade para toda a sua produção própria de cachos de palma e óleo de palma bruto. (AGROPALMA, 2012).

Fato este que favoreceu o crescimento nas vendas externas da empresa, já que a certificação que garante um requisito extra, solicitado pelo mercado externo. (BIODIESELBR, 2012).

O Complexo Industrial do Grupo Agropalma está localizado em uma área rural entre os municípios de Tailândia, Moju e Acará, a aproximadamente 150 km de Belém, capital do Estado do Pará.

O município de Tailândia, que dispõe da maior parte das terras da empresa, foi criado há 20 anos e localiza-se às margens da rodovia PA-150 possui uma ligação peculiar com a empresa visto que a mesma foi a responsável por absorver boa parte dessa mão-de-obra, tornando-se a maior empregadora legal da região nos últimos anos, gerando cerca de quatro mil empregos diretos. (REPÓRTER BRASIL, 2009).

## **5. PROGRAMA DE AGRICULTURA FAMILIAR**

O Programa de Agricultura Familiar do Grupo Agropalma, de acordo com o discurso apresentado pelo mesmo, tem por finalidade fomentar a geração de renda e emprego na região a partir do desenvolvimento da atividade de cultura de palma, para a produção de óleo de palma, atividade fim da empresa. Desenvolvido a partir de 2002, o Programa contou com a contribuição do Grupo Agropalma, do Governo do Estado e do Banco da Amazônia, através de parceria, com a finalidade de desenvolver e implanta-lo.

Assim, o governo do estado é o responsável por fornecer a terra, através doação de terras e regulamentação fundiária, para a plantação e a infraestrutura de estradas; o banco fornece o financiamento, para os agricultores, tendo como garantia o contrato de compra e venda da empresa com os agricultores; e a empresa fornece as mudas de palma, fertilizantes, ferramentas e equipamentos de proteção a preço de custo, bem como assistência técnica.

Os agricultores familiares, por sua vez, tem a responsabilidade de produzir e gerir sua plantação de palma, recebendo da empresa a garantia de compra de toda sua produção a preço de mercado no período de 25 anos, regidos em contrato. O programa consiste em uma alternativa produtiva para os colonos e assentados da região. (REPÓRTER BRASIL, 2009).

A integração de agricultores familiares situados na periferia da propriedade ocorreu em três fases, 50 famílias em 2002, 50 em 2004 e 50 em 2005, com o estabelecimento de dez hectares por família. (DROUVOT, C.; DROUVOT, 2011).

No início da produção, mais especificamente nos três primeiros anos, a palma ainda não está apta a dar frutos, as famílias recebiam todos os meses cerca de dois salários mínimos para assegurar meios de subsistência, como afirma Magalhães e Drouvot (2009).

Ainda segundo os autores, este montante viera do empréstimo realizado com o Banco da Amazônia, que possui taxas subsidiadas de 4% ao ano de reembolso. O pagamento deste financiamento foi realizado pelos agricultores após sete anos de carencia concedido pelo Banco.



Após os quatro anos de Programa, em 2006, o INCRA intermediou um acordo entre o Grupo Agropalma e 35 agricultores de um assentamento localizado nas proximidades do Complexo Agroindustrial da Agropalma, seguindo o modelo ao das 150 famílias já integradas no programa, com contratos de 25 anos e crédito de financiamento pelo Banco da Amazônia. (REPÓRTER BRASIL, 2009).

Atualmente, com a integração destas 35 famílias de assentados o Programa conta com 185 famílias de pequenos agricultores que possuem plantações de 6 a 10 hectares de palma.

De acordo com a empresa, a produção de palma contribuiu significativamente para o aumento da renda das famílias integradas ao programa.

Segundo Drouvot, C. e Drouvot (2011), o preço da tonelada paga aos agricultores sofreu reajustes positivos ao longo dos anos. Estudos socioambientais realizados nas comunidades beneficiadas, segundo a empresa, concluíram que o Programa de Agricultura Familiar melhorou o desempenho ambiental das comunidades como um todo, inclusive das atividades não relacionadas com o plantio de palma.

Diante do programa e da observação realizada na comunidade é facilmente verificável que o desenvolvimento econômico está presente na comunidade, no entanto, Macke e Carrion (2008) relatam que o crescimento econômico não produz necessariamente o desenvolvimento da comunidade.

De acordo com relatos do Agricultor 2 “financeiramente a parceria com a empresa é muito positiva”. Os primeiros integrantes do projeto já estão quitando suas dívidas iniciais do financiamento do programa, muito antes das suas expectativas iniciais como afirma o Agricultor 1 (A1) “alguns já quitaram suas dívidas no projeto I e até dezembro (2011) todos vão ficar limpos”. Contudo, desenvolvimento econômico não é o desenvolvimento da capacidade humana e tampouco o único garantidor do bem-comum, como afirma Schroeder e Schroeder (2004).

Assim, outros elementos ainda não se fazem presentes para auxiliar o desenvolvimento da comunidade.

A área onde localizam-se a empresa e as comunidades de agricultores familiares fazem parte do chamado Centro de Endemismo Belém, que segundo Silva(et al, 2005) são áreas consideradas as menores unidades geográficas para a análise de biogeografia histórica.

Almeida e Vieira (2010) afirmam o centro de endemismo Belém possui uma situação preocupante em que o desflorestamento na área chegou até 2004 em 76%. Ainda segundo os autores a exploração seletiva de madeira ocorre quase sempre de forma clandestina. Neste sentido, o Agricultor 4 afirma que :

*“Se você procurar aqui produtor de dendê ele não desmatou mais (...). Hoje não, nós do dendê nós já tamo sabendo que nós não pode queima (...).Mais eu garanto assim, dentro das 150 famílias, que nós tem hoje de produtor de dendê esse pessoal desmatam muito pouco (...).”*

De acordo com os entrevistados este é um ponto positivo da parceria com a empresa, mesmo afirmando que há pouca fiscalização e pouco incentivo por parte do Governo na região, a fim de conscientizar os agricultores das práticas de queimada por exemplo.

Neste sentido , percebe-se uma mudança de postura por parte dos agricultores que passaram a viver apenas do cultivo dos frutos, sem a necessidade de queimar ou desmatar



outras áreas. Ainda de acordo com o Agricultor 4 “Acho que um cara que ganha 2000 não precisa mais desmatar.

Segundo o Agricultor 2 (A2) “hoje no Estado não tem coisa melhor do que o trabalho com o dendê”. Alguns agricultores que saíram do programa tiveram a possibilidade de transferir suas terras e dívidas para outros agricultores interessados. E de acordo com o Agricultor 2 (A2), um dos agricultores que teve a oportunidade de comprar a transferência de terras de outro agricultor, “vale a pena comprar um lote.

Todos que entram é pra trabalhar, e ganham bem”. Mesmo tendo que assumir as dívidas e ainda pagar uma porcentagem a família que se retirou do programa como afirma Agricultor 1 (A1) “assume da dívida e ainda paga uma gratificação pra quem sai”. Para os agricultores, todos que participam do programa e realizam seus trabalhos corretamente conseguem facilmente prosperar.

Para os agricultores ainda há pontos que precisam ser dialogados e decididos junto à empresa. Em certas situações chegam a pensar que a empresa não está preocupada com seus anseios, o Agricultor 2 (A2) relata que “parece político que não quer que nós melhore de vida”.

A grande questão levantada pelos agricultores é que suas terras estão agregadas as terras da empresa e para os mesmos se deslocam para as cidades é necessário que passem por dentro das terras da empresa.

Entretanto, as famílias se sentem incomodadas por não terem a possibilidade de usufruir de alguns benefícios destinados aos funcionários da empresa, como a área de lazer e consultas médicas, Agricultor 2 (A2) informa que “o posto de saúde só usamos em casos extremos, em casos normais só nas cidades” e o Agricultor 1 (A1) afirma que “nenhum de nós usa a escola da empresa”.

Neste sentido Savitz (2007) afirma que, quando a empresa tenta distanciar-se de problemas que ela mesma contribuiu para o surgimento, de maneira direta ou indireta, o público rapidamente compreende que a empresa está tentando se isentar de qualquer vínculo com tal problema, brevemente quem sofrerá as consequências em sua reputação será ela mesma.

Melo Neto e Froes (2001) explicam que as empresas que se distanciam da comunidade e que não alinham seus valores corporativos aos anseios destas comunidades correm grandes riscos de falência.

As ações de responsabilidade social podem levar a sociedade a legitimar as empresas como provedoras do bem-comum. (SCHOEDER; SCHOEDER, 2004).

Por este fato, é necessário se delimitar seu poder, visto que algumas organizações não estão preparadas para gerir este tipo de situação já que possuem objetivos próprios condizentes com seus negócios. E o Estado deve assumir algumas destas responsabilidades.

Na comunidade estudada, por exemplo, a educação é mantida pelo poder municipal, que mantém uma escola dentro da comunidade.

De acordo com Agricultor 3 (A3), “os parceiros iniciais do projeto o Governo Municipal, Estadual e Federal, junto com a empresa Agropalma estão ausentes. Depois da implantação do projeto, o governo não veio mais”. Esse sentimento surge pelo fato de que foi o governo que auxiliou diretamente na implantação o programa, intercedeu diante da regularização das terras e dos financiamentos.



Ponto de destaque na entrevista com os agricultores associados foi o dilema na relação entre os agricultores e a empresa. De acordo com o Agricultor 2 (A2) “a empresa afirma que nós pode fazer o que quiser. Mais quando nós se organiza pra mudar alguma coisa, a ultima palavra é da empresa”.

Segundo Becker (2010) está relação pode trazer riscos ao agricultor familiar visto que gera um processo de dependência e imposição de certas exigências e de certa forma beneficia os grandes e penaliza os pequenos.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A responsabilidade social empresarial é atualmente um dos pontos que mais desperta interesses das empresas.

Na visão de Barros e Tenório (2007) as empresas vivem o sentimento da incerteza e há a necessidade de mitigar a influência da responsabilidade social na continuidade do negocio.

Com a finalidade de compensar a sociedade por permitir sua atuação e a utilização de seus bens pela empresa. Os stakeholders fazem a diferença na liberdade de operação das empresas reconhecê-lo e gerencia-los é de suma importância para a atuação das empresas. (SAVITZ, 2007).

Neste sentido, o Grupo Agropalma lançou seu Programa de Agricultura Familiar a fim de auxiliar no desenvolvimento das comunidades adjacentes a empresa. Após 10 anos de implantação do programa os saldos financeiros são extremamente positivos para os agricultores participantes do programa, segundo relatos do Agricultor 1 “todos os associados melhoraram muito de vida”.

Contudo, novos anseios surgem ao longo dos anos, estes que a empresa não se vê na obrigação de cumpri-los por serem de responsabilidade do Estado, como a demanda por saúde e educação mais próximas a comunidade.

Savitz (2007) salienta uma migração de poder, do setor publico para o setor privado, em que as sociedades recorrerão às empresas para solucionar problemas sociais, ambientais e econômicos, o que sempre foi considerado exclusividade dos governos.

Assim, na medida em que o mundo se torna mais complexo os governos de muitos países se eximem de algumas responsabilidades sociais tradicionais. (SAVITZ, 2007).

As empresas tem se mostrado dispostas a estabelecerem ações de responsabilidade social, no entanto apenas com a intenção de sanar problemas mais evidentes, e não possuem o interesse de assumir as responsabilidades que devem ser do Estado.

Apesar das limitações, para Savitz (2007), a gestão da responsabilidade social é plenamente compatível com o crescimento lucrativo duradouro. Ao que parece ainda é por este motivo que muitas organizações executam este tipo de ação, a fim de aumentar seu crescimento e sua manutenção diante da sociedade.

Vale ressaltar que este trabalho possui como limitação o levantamento de dados de apenas uma empresa. Existem outras ações de responsabilidade do Grupo citado, entretanto, apenas foi utilizada a que melhor se encaixavam com o contexto abordado.

Também se evidencia que os dados desta pesquisa foram coletados através de entrevista e de outros trabalhos realizados no mesmo *lôcus*, mas nenhum membro da empresa foi consultado, visto que este estudo priorizava verificar as questões através do ponto de vista



dos beneficiários do programa, assim foi mantido certo distanciamento da organização para que o trabalho não sofresse nenhum tipo de interferência.

## NOTAS

1- Organização sem fins lucrativos, criada em 1998 com a missão de “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.” (In: [www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx), acesso em 06.10.2011)

2- Stakeholder pode ser definido dentro de uma organização como qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos dessa empresa (Freeman, 1984), ou seja, são as partes integrantes ligadas a organização, como acionistas, empregados, fornecedores, clientes, comunidade e concorrentes

3- Política, neste contexto, é o processo pelo qual se compartilha o poder e se tomam decisões negociadas nas sociedades organizadas (SAVITZ, 2007).

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**AGROPALMA.** Disponível em: <<http://www.agropalma.com.br/>>. Acessado em 10/02/2012.

**ALMEIDA, F.** Ética e Desempenho Social das Organizações: Um Modelo Teórico de Análise dos Fatores Culturais e Contextuais. V.11. N.3. Rio de Janeiro: Revista de Administração Contemporânea, 2007, p. 105-125.

**ALMEIDA, F.** Experiências empresariais em sustentabilidade. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2009.

**ASHLEY, P. (Coord.).** Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo, Saraiva, 2003.

**BARBIERI, J.C.** Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

**BECKER, B. K.** Ciência, Tecnologia e Inovação- Condição do desenvolvimento sustentável da Amazônia. In: 4ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Sustentável. Brasília, 2010.

**BECKER, B. K.** Recuperação de áreas desflorestadas da Amazônia: será pertinente o cultivo da palma de óleo (Dendê)? Confins – Revista Franco-Brasileira de Geografia, 2010. Disponível em <http://confins.revues.org/6609>. Acessado em 22/03/2012.

**BIODIESELBR.** Palma oleaginosa, 2011. Disponível em: <<http://www.biodieselbr.com/plantas/palma/palma.html>>. Acessado em 15/07/2011.

**CHANLAT, A.** Prefácio. In: CHANLAT, Jean-François (org). O indivíduo na organização: Dimensões Esquecidas. Vol.1. São Paulo: Atlas, 2007.

**DROUVOT, C. M.; DROUVOT, H.** A responsabilidade social e ambiental na perspectiva das teorias neoinstitucionais: uma aplicação às duas empresas brasileiras produtoras de biodiesel. In: 6º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.ifbae.com.br/congresso6/pdf/27.pdf>>. Acessado em: 12/02/2012.

**EMBRAPA.** Disponível em: <<http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/408466/1/com.tec.103.pdf>>. Acessado em 10/07/2011.

**FREIRE, R.; SANTOS, S.; SOUZA, M.; ROSSETTO, C.** Responsabilidade Social Corporativa: evolução da produção científica. In. Congresso Nacional de Excelência em Gestão Responsabilidade Socioambiental das Organizações Brasileiras, Niterói, 2008.

**GREENPEACE.** Illegal forest clearance and RSPO green wash case studies of Sinar Mas, 2009. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org.uk/files/pdfs/forests/sinarmasRSPOgreenwash.pdf>>. Acessado em 09/02/12.

- KIRSCHNER, A. M.** Considerações sobre a responsabilidade social das empresas em contextos de desigualdade e exclusão. In: Política e sociedade. Volume 8 . N° 15, 2009.
- MACÊDO, N. M. M. N. ; CÂNDIDO, G. A.** Identificação das Percepções de Responsabilidade Social Empresarial: um estudo qualitativo a partir da aplicação do modelo conceitual tridimensional de performance social. V.5. São Paulo: Revista de Gestão Social e Ambiental, 2011, p. 85-108.
- MACKE, J. ; CARRION, R.** Programas de responsabilidade social empresarial e desenvolvimento local: avaliação de experiências gaúchas. In: RGSA. VI. 2, N°2. São Paulo,2008.
- MAGALHÃES, C.; DROUVOT, H.** Agropalma: un exemple de politique de responsabilité sociale et environnementale associant des familles de petits agriculteurs. In: 5ème colloque de l'IFBAE – Grenoble, 18 et 19 maio, 2009. Disponível em: <<http://www.ifbae.com.br/congresso5/pdf/F0001.pdf>>. Acessado em: 10/02/2012.
- MAXIMIANO, A. C. A.** Introdução à administração. 6ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MELO NETO, F.P. de; FROES, C.** Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor. 2ª. Ed. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2001.
- MONTEIRO, K.F. G; SILVA, A. R. F.; SOUZA, C. T.; CONCEIÇÃO, E.R., PALHETA, R.P.** O Cultivo do Dendê como Alternativa de Produção para a Agricultura Familiar e sua Inserção na Cadeia do Biodiesel no Estado do Pará, 2006. Disponível em: <<http://www.biodiesel.gov.br/docs/congresso2006/agricultura/CultivoDende.pdf>>. Acessado em 03/07/2011.
- REPORTER BRASIL.** O Brasil dos Agrocombustíveis - Os Impactos das Lavouras sobre a Terra, o Meio e a Sociedade. Volume 5 - Gordura animal, dendê, algodão, pinhão manso, girassol e canola. Estudo do Centro de Monitoramento dos Agrocombustíveis, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.reporterbrasil.com.br/agrocombustiveis/relatorio.php>>. Acesso em 24/09/2011.
- RSPO.** Disponível em:< <http://www.rspo.org/>> . Acessado em 12/02/2012.
- SANTOS, E.C.R.M.** Responsabilidade social ou filantropia?. V.20. N.20. Curitiba: Sanare Revista Técnica da Sanepar, 2003, p. 18-27.
- SANTOS, M. A. S. et al.** O comportamento do mercado do óleo de palma no Brasil e na Amazônia. Belém: Banco da Amazônia, 1998. Cotec, 32 p. (Estudos Setoriais, 11).
- SAVITZ, A. W. A empresa sustentável.** Rio de Janeiro: Elsevier,2007.
- SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I.** Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. V.3.N.1. São Paulo: RAE eletrônica, 2004, p. 2-10.
- SECRETARIA DE AGRICULTURA FAMILIAR.** Disponível em: <[http://comunidades.mda.gov.br/portal/saf/noticias/item?item\\_id=4105712](http://comunidades.mda.gov.br/portal/saf/noticias/item?item_id=4105712)>. Acessado em 25/06/2011.
- TACHIZAWA, T.** Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 2ª.Ed. ver. e ampl. São Paulo: Atlas, 2006.
- TORRES, C.** Um pouco da história do Balanço Social, 2004. Disponível em <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acessado em 19/04/2011.
- VASCONCELLOS. A.M.A.; VASCONCELOS SOBRINHO, M.** Alternativas de desenvolvimento e o modelo de sustentabilidade: um estudo de caso de organizações locais dos municípios de Barcarena e Igarapé-Miri. Belém: Unama/Fidesa, 2006.
- VERGARA, S. C.** Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 2ª. Ed.São Paulo: Atlas,1998.