



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação.

Departamento de Administração

**GESISLEU DARC JACINTO**

**A SUSTENTABILIDADE NA SUINOCULTURA: Um estudo de caso sobre o grupo Cenci.**

Brasília – DF

2011

**GESISLEU DARC JACINTO**

**A SUSTENTABILIDADE NA SUINOCULTURA: Um estudo de caso sobre o grupo Cenci.**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração, na modalidade a distância, pela Universidade de Brasília (UnB).**

**Professora Supervisora:** Prof<sup>a</sup> Doutora Selma Lúcia de Moura Gonzales.

**Professora Tutora:** Prof<sup>a</sup> Doutora Fabricia Faleiros Pimenta.

Brasília – DF

2011

Jacinto, Gesisleu Darc

Sustentabilidade na Suinocultura: Um estudo de caso sobre o grupo Cenci/Gesisleu Darc Jacinto – Brasília, 2011.

37 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração - EaD, 2011.

Co-Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Fabricia Pimenta Faleiros, Departamento de Administração.

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho é dedicado aos meus familiares amigos e mestres, pelo apoio e incentivo nos momentos de dificuldade.

## RESUMO

Referência: Darc, Gesisleu. **Sustentabilidade na Suinocultura: Um estudo de caso sobre o grupo Cenci**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração à Distância)-UnB, Brasília, 2011.

O crescimento da atividade suinícola gera oportunidades em diversos segmentos da economia do Distrito Federal, porém, a cadeia produtiva da suinocultura é potencial fonte poluidora do meio ambiente, pois, produz grande quantidade de dejetos que necessitam de tratamento adequado. Contudo, o uso de práticas sensatas e o manejo correto nos sistema de criação contribuem categoricamente com a preservação do meio ambiente. Mas, o crescimento da criação de suínos traz no seu bojo alguns pontos negativos, como o aumento dos dejetos que podem poluir os cursos d'água e contribuir com o aumento do efeito estufa. Para reduzir os impactos da atividade no meio ambiente, os suinocultores locais estão assumindo práticas ecologicamente corretas que podem inclusive, viabilizar a entrada dos produtores no mercado de seqüestro de carbono. Assim, esse estudo considera importante a observação das boas práticas para a sustentabilidade na cadeia produtiva da suinocultura. Com um foco específico no grupo agroindustrial Cenci, essa pesquisa buscou através de um estudo de caso, demonstrar a viabilidade da implantação do modelo de produção sustentável e sobre tudo fomentar a consciência dos empreendedores para a relação custo-benefício dos modelos de produção sustentável. A técnica utilizada para a obtenção dos dados foi um questionário realizado no dia no mês de maio com o diretor de pecuária da empresa, adquirindo-se assim as informações e obtendo-se, dessa forma, condições para atingir os objetivos do trabalho. O resultado da análise da pesquise considerou satisfatório as critérios de sustentabilidade adotados pela empresa.

**Palavras-chaves:** Sustentabilidade. Suinocultura. Parcerias.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABCS - Associação Brasileira dos Criadores de Suíno.

ABYPECS – Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína.

EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural.

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa agropecuária.

DFSUIN – Associação dos Criadores de Suínos do Distrito Federal.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizado Rural.

**LISTA DE GRÁFICOS E FIGURAS**

|          |                             |       |
|----------|-----------------------------|-------|
| Figura 1 | Desenvolvimento Sustentável | pg.15 |
| Figura 2 | Gráfico 1                   | pg.28 |
| Figura 3 | Gráfico 2                   | pg.29 |
| Figura 4 | Foto 1                      | pg.32 |
| Figura 5 | Foto 2                      | pg.32 |
| Figura 6 | Foto 3                      | pg.32 |
| Figura 7 | Foto 4                      | pg.32 |

## SUMÁRIO

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1.    | INTRODUÇÃO  | 9  |
| 1.1   | Contextualização                                  | 9  |
| 1.2   | Formulação do Problema                            | 10 |
| 1.3   | Objetivo Geral                                    | 11 |
| 1.4   | Objetivo Específico                               | 11 |
| 1.5   | Justificativa                                     | 11 |
| 2.    | REFERENCIAL TEÓRICO                               | 14 |
| 2.1   | A sustentabilidade e Desenvolvimento sustentável. | 14 |
| 2.1.2 | A Sustentabilidade Socioambiental                 | 19 |
| 2.1.3 | Valor Sustentável.                                | 20 |
| 2.1.4 | Qualidade de Vida no Trabalho (QVT)               | 22 |
| 2.2   | A criação de Parcerias                            | 23 |
| 3.    | Suinocultura                                      | 24 |
| 3.1   | Panorama da Suinocultura no Brasil                | 24 |
| 3.2   | A Suinocultura no Distrito Federal                | 28 |
| 3.3   | A Sustentabilidade na Suinocultura                | 29 |
| 4.    | MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA                    | 30 |
| 4.1   | Tipo de Pesquisa.                                 | 30 |
| 4.2   | Localização da empresa                            | 31 |
| 4.3   | Instrumentos de pesquisa                          | 32 |
| 4.4   | Coleta de informações                             | 33 |
| 5.    | ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS                | 35 |
| 6.    | CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS                  | 35 |
|       | REFERÊNCIAS                                       | 37 |
|       | APÊNDICE  | 40 |



## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 Contextualização

O presente trabalho busca analisar a perspectiva do grupo agroindustrial Cenci sobre a produção sustentável no que tange ao segmento da suinocultura na empresa. O crescimento da atividade suinícola gera oportunidades em diversos segmentos da economia do Distrito Federal, porém, a cadeia produtiva da suinocultura é potencial fonte poluidora do meio ambiente, pois, produz grande quantidade de dejetos que necessitam de tratamento adequado. Contudo, o uso de práticas sensatas e o manejo correto nos sistema de criação contribuem categoricamente com a preservação do meio ambiente.

Pesquisa objetiva apresenta o conceito da criação de valor sustentável em relação às empresas agroindustriais e mapear a criação de parcerias na cadeia produtiva do grupo Cenci no que diz respeito à suinocultura. Dessa forma, esse estudo buscou apresentar a visão do grupo Cenci em relação ao desenvolvimento sustentável na atividade suinícola.

Situado à zona rural de Planaltina DF o grupo Cenci é um importante produtor de agropecuário. Entre as suas atividades se destaca a suinocultura de corte, que integrada às outras atividades produtivas da empresa, formam um ciclo produtivo que é consumido pelo mercado do Distrito Federal.

A agropecuária da região de Planaltina – DF tornou-se um importante pólo produtor de matéria-prima e de alimentos para o mercado local, sendo que alguns produtos são exportados para outros estados e até mesmo países. A sua cadeia produtiva é potencial geradora de empregos e divisas para a economia do Distrito Federal, e a proximidade com o mercado consumidor cria um ambiente extremamente favorável para implantação de agroindústrias na região.

A região já conta com algumas empresas que comercializam seus produtos no varejo e no atacado, como é o caso das feiras de hortifrutigranjeiros e do CEASA, que vendem os produtos in natura ou beneficiados. Essas empresas contam com parcerias como SEBRAE, SENAR, EMATER, EMBRAPA e Federação Nacional da Agricultura para o desenvolvimento de ações e estratégias que tornem os seus negócios sustentáveis economicamente.

Num contexto tão promissor como o acima descrito, as oportunidades vão surgindo e assim, um segmento que vem ganhando destaque é o da criação de

suínos que apesar de ainda pequeno, vem crescendo no cenário do agronegócio local, segundo dados do SEBRAE-DF (APL DA suinocultura DF). O setor suinícola gera em torno de 2500 empregos diretos e indiretos e produz 28.800 toneladas de carne por ano, o que representa 1% da produção brasileira.

Mas, o crescimento da criação de suínos traz no seu bojo alguns pontos negativos, como o aumento dos dejetos que podem poluir os cursos d'água e contribuir com o aumento do efeito estufa. Para reduzir os impactos da atividade no meio ambiente, os suinocultores locais estão assumindo práticas ecologicamente corretas que podem inclusive, viabilizar a entrada dos produtores no mercado de seqüestro de carbono. “Mudar os padrões de produção e consumo, eliminar desperdícios, reutilizar, reciclar, são conceitos fundamentais para a melhoria do processo produtivo” (SEBRAE, 2005, p. 3).

Assim, os produtores que integram o Arranjo Produtivo Local (APL) de Suinocultura do DF preparam-se para instalar biodigestores nas propriedades. Os equipamentos tratam os dejetos de suínos, que são utilizados na produção de biogás e biofertilizantes que serão aplicados na adubação da produção agrícola, constituindo assim, o manejo correto das práticas sensatas para a obtenção do almejado desenvolvimento sustentável.

## **1.2 Formulação do Problema**

Atualmente, a questão ambiental tem sido um assunto considerado bastante relevante para a produção industrial mundial, pois, a preservação do Planeta é uma preocupação iminente do consumidor, que cada vez mais, cobra posturas responsáveis das empresas com relação ao seu comportamento no que se refere à utilização de matérias-primas, água, energia, reciclagem de produtos, destinação de refugos e de lixo, cuidados com a propagação de ruídos, conforme afirma Senge: “O crescimento sustentável não é propósito remoto, mas realidade imediata”. (SENGE, 2009, p.131).

Diante ao exposto acima, essa de pesquisa pretende responder à seguinte questão:

Qual é a visão do grupo Cenci quanto aos meios de produção sustentável na cadeia produtiva da suinocultura?

### **1.3 Objetivo Geral**

O objetivo da pesquisa será analisar a perspectiva do grupo Cenci sobre a produção sustentável no que tange ao segmento da suinocultura na sua empresa.

### **1.4 Objetivos Específicos**

- a) Apresentar o conceito da criação de valor sustentável em relação às empresas agroindustriais;
- b) Descrever a criação de parcerias na cadeia produtiva do grupo Cenci no que diz respeito à suinocultura.

### **1.5 Justificativa**

A motivação desse estudo nasce a partir da nossa experiência prática como técnicos em agropecuária na lida com o universo do agronegócio, onde os anseios por produtividade/lucratividade nem sempre coadunam com as boas práticas que viabilizarão a nossa própria existência no Planeta.

Com a expansão do agronegócio, a atividade suinícola ganhou destaque importante no setor pecuário brasileiro e fez surgir um leque de possibilidades para os criadores de suínos, como afirma o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comercio – MDIC. Embora a carne suína ainda seja fonte de muitos mitos, o mercado tende ao crescimento, isso, faz suscitar a necessidade de desmitificar antigas teorias sobre os males da carne de porco. Nesse sentido, a mídia tem contribuído muito com os produtores, divulgando e mostrando as novas tecnologias empregadas na suinocultura moderna. Recentemente foi divulgada uma reportagem do jornal Correio Brasiliense intitulada “Criatividade e Dedicção” com produtores rurais do Distrito federal, que mostra a aposta em idéias inovadoras como premissa de sucesso para os seus negócios.

Uma das entrevistas que se tornaram o objeto dessa pesquisa, foi realizada na propriedade do grupo Cenci, mostrando o trabalho de Marketing realizado pelo empresário Alexandre Cenci, um dos diretores do grupo, na desmitificação da carne de porco e os cuidados com o produto até o consumidor. “Fizemos um projeto junto ao SEBRAE e lançamos o Festival Sabor Suíno, mostrando todo o processo de

preparo da carne, como resultado: Conseguimos nos fixar no varejo, no mercado estadual e nacional”, afirmou o entrevistado.

O crescimento da suinocultura tornou iminente a discussão sobre as questões da sustentabilidade no seu processo produtivo, pois, a utilização de matérias-primas, água, energia, bem como a reciclagem de produtos, a destinação de refugos e dejetos, os cuidados com a propagação de odores e ruídos são elementos que urgem de atenção especial por parte dos *stakeholders*, ou seja, todas as pessoas envolvidas na cadeia produtiva.

Assim, esse estudo considera importante a observação das boas práticas para a sustentabilidade na cadeia produtiva da suinocultura. Com um foco específico no grupo agroindustrial Cenci, essa pesquisa buscará através de um estudo de caso, demonstrar a viabilidade da implantação do modelo de produção sustentável e sobre tudo fomentar a consciência dos empreendedores para a relação custo-benefício dos modelos de produção sustentável.

No Brasil, pesquisas de opinião indicam que é crescente a demanda por produtos oriundos de empresas que priorizam a sustentabilidade do Planeta. Esse fenômeno, que é chamado de “*consumerismo ambiental*”, provocou uma reviravolta no marketing e vem criando novos nichos de mercado e oportunidades de negócios (SEBRAE – Gestão Ambiental p. 63). Isso se tornou fator estratégico para a fidelização dos clientes e por isso, as empresas buscam cada vez mais se adequarem aos sistemas de produção sustentável.

Nesse sentido, essa pesquisa buscará através desse estudo de caso, demonstrar a viabilidade da implantação do modelo de produção sustentável e sobre tudo fomentar a consciência dos empreendedores para a relação custo-benefício dos modelos de produção sustentável. Dessa forma, a importância deste trabalho repousa no fato de que os resultados das análises desse trabalho poderão subsidiar outras pesquisas acadêmicas acerca da sustentabilidade na cadeia produtiva da suinocultura, bem como, servir de parâmetro para novos empreendedores rurais sobre a os meios de produção sustentável na implantação de projetos de suinocultura.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

As questões relacionadas à sustentabilidade do Planeta e ao desenvolvimento sustentável são temas cada vez mais recorrentes no mundo

corporativo, mas, para a maioria das empresas ainda é difícil encontrar o equilíbrio entre a sustentabilidade e a geração de valor para os acionistas. Algumas poucas empresas que conseguem fazer a prospecção dos seus negócios já começam a perceber que os desafios globais associados à sustentabilidade e considerados sob a ótica dos negócios, podem ajudar a identificar estratégias e práticas que contribuam para um mundo mais sustentável e, simultaneamente, que sejam direcionadas a gerar valor para os seus acionistas, consoante SENGE:

As empresas que atuam em níveis mais elevados de transparência e de responsabilidade em relação aos anseios do público por práticas sustentáveis verão impacto direto da melhoria da imagem da marca e em seus resultados financeiros, (SENGE, 2009. P.123).

Essa afirmativa encontra respaldo nesse trabalho a partir da visão do grupo Cenci: “A visão é poder reduzir custos operacionais com sustentabilidade, não deixando resíduos no meio do caminho e construir uma imagem moderna e sustentável que atenda as necessidades do consumidor”

## **2.1 Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável**

Nas últimas décadas a degradação dos recursos naturais renováveis e não-renováveis por ações do homem, vêm acarretando uma série de impactos ambientais como a poluição da água, solo e ar, tornando-se uma preocupação para a sociedade.

O conceito de desenvolvimento econômico vem sofrendo modificações para se adaptar às novas tendências da sociedade, superando a visão apenas de crescimento econômico e abordando a questão da sustentabilidade, chegando ao conceito de desenvolvimento sustentável.

Segundo Nascimento (2008) no Relatório Brundtland foi definido o conceito de Desenvolvimento Sustentável como sendo aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades. Em síntese, o conceito de desenvolvimento sustentável é composto por três importantes dimensões: a econômica, a social e a ambiental, de forma que o equilíbrio entre elas seja capaz de gerar a sustentabilidade (figura 1).



Figura 1: Desenvolvimento Sustentável – equilíbrio entre o econômico, o social e o ambiental.

Fonte: Nascimento (2008).

Esse conceito desenvolvido no final da década de 1980 só ganhou força a partir da Conferência Mundial de Desenvolvimento e Meio Ambiente, realizada no Rio de Janeiro em 1992, quando a sociedade e as empresas passaram a compreender a necessidade de implementar essa nova visão de desenvolvimento econômico, que pudesse garantir a produção de bens e serviços e, ao mesmo tempo, atender às necessidades básicas do ser humano e preservar o meio ambiente.

O desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração actual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais. (RELATÓRIO BRANDTLAND , 1987).

Nesse trabalho, entemos por desenvolvimento sustentável, o manejo correto das práticas de produção, buscando adequar o progresso econômico à preservação dos recursos naturais, e ao próprio desenvolvimento do homem como um ser social.

Nos últimos anos, práticas de responsabilidade social corporativa tornaram-se parte da estratégia de um número crescente de empresas, cientes da necessária relação entre retorno econômico, ações sociais e conservação da natureza e, portanto, do claro vínculo que une a própria prosperidade com o estado da saúde ambiental e o bem-estar coletivo da sociedade. É cada vez mais importante que as

empresas tenham consciência de que são partes integrantes do mundo e não consumidoras do mundo.

O reconhecimento de que os recursos naturais são finitos e de que nós dependemos destes para a sobrevivência humana, para a conservação da diversidade biológica e para o próprio crescimento econômico é fundamental para o desenvolvimento sustentável, o qual sugere a utilização dos recursos naturais com qualidade e não em quantidade.

A cada ano, o mundo se depara com novas evidências de que o meio ambiente está mudando. E o fato é que o homem parece ter um papel decisivo nessa mudança. Não por acaso, empresas do mundo todo vêm buscando meios mais eficientes de utilizar recursos naturais, de preferência, com sistemas de produção amparados exclusivamente em insumos renováveis.

A trajetória de crescimento da empresa é o fator que a impulsionará na criação de valor sustentável e lhe fornecerá recursos para fazer a diferença significativa de mundo. SENGE (2008):

Um dos maiores desafios para as empresas é desenvolver maneiras específicas para que todas as áreas da organização se empenhem na missão. Afinal todos podem imaginar novas maneiras de reduzir resíduos. Porém, no caso do crescimento sustentável o desafio é mais difícil (SENGE, 2008, p. 132)

O aumento do consumo gera a necessidade de produzir, porém, a relação demanda/oferta impacta diretamente na conservação dos recursos naturais. Assim, o agronegócio brasileiro, representado pela agricultura e pecuária, é um setor de base para a economia e é também, um dos que mais sofrem com a intensificação da exploração, dessa forma, os meios de produção devem ser reorientados para uma forma mais equilibrada, que seja capaz de atender as pressões do consumismo, mas, mantendo a sustentabilidade dos ecossistemas.

### **2.1.2 Sustentabilidade Sócioambiental.**

O conhecimento e a conscientização advindos da era da informação potencializaram o desenvolvimento do senso crítico que nos permite concluir que cada um de nós está intrinsecamente ligado ao processo de transformação do meio social e ambiental ao qual estamos inseridos. Assim, cresce cada vez mais o nível de exigência dos consumidores quanto a postura das empresas no cumprimento da

função socioambiental, portanto, já não é mais salutar a maximização de capital sem a devida prestação de contas da responsabilidade de cada empresa com sustentabilidade do Planeta.

Porter (2009) destaca que se torna importante para a empresa preservar e auxiliar no desenvolvimento sob o aspecto econômico, social e ambiental, complementando ou em alguns casos substituindo a ação do Estado.

Segundo Porter (2009), os executivos se vêem pressionados por críticos que exigem níveis de responsabilidade social e os investidores que exigem maximização de lucros no curto prazo.

Ressalta-se que a preocupação com o meio ambiente vem crescendo com rapidez, fazendo com que as empresas aumentem seu lucro respeitando os meios naturais e sendo socialmente responsáveis.

Muitas organizações têm efetuado “análises” “auditorias” para avaliar seu desempenho ambiental. (SEBRAE – Gestão Ambiental, 2004, p96)

As organizações estão cada vez mais preocupadas em atingir seus objetivos através do desempenho ambiental correto, buscando controlar os impactos de suas atividades sobre o meio ambiente, por isso, desenvolvem políticas e ações que visam a garantia do seu desempenho atenda permanentemente os requisitos necessário para que a sustentabilidade seja uma realidade concreta.

É de consenso geral que o desenvolvimento sustentável é um processo evolutivo que se traduz na combinação de três vertentes de desenvolvimento de um país para benefício das gerações presente e futura: crescimento da economia, melhoria da qualidade do ambiente e melhoria da sociedade. Dessa forma, torna-se imprescindível o estabelecimento de indicadores, objetivos e metas que possam dar a medida do desempenho de um país em matéria de sustentabilidade.

Segundo JANNUZZI (2007), os indicadores de sustentabilidade são mais que indicadores ambientais, devem incorporar a dimensão de limite e de tempo e indicadores de desenvolvimento são mais que indicadores de crescimento, devem incorporar questões de eficiência e suficiência de recursos, equidade e qualidade de vida.

### **2.1.3 Valor Sustentável**

Na nova ordem do mercado mundial a tendência é aliar o progresso ao desenvolvimento sustentável, que no sentido estrito, significa utilizar as práticas



socioambientais sensatas para promover o crescimento da organização. Assim, as empresas buscam cada vez mais o aprimoramento dessas práticas e investimentos em desenvolvimento econômico e social para conseguir as melhores oportunidades, que se tornam cada vez mais possíveis, à medida que o conceito de sustentabilidade se intensifica no contexto da organização, conforme indicam CRUZ (2006)

Para uma gestão ser considerada socialmente responsável não basta fomentar o crescimento da empresa, com eficiência nos padrões gerenciais e alta lucratividade. É indispensável, também, a existência de consideração ao desenvolvimento dos funcionários, parceiros, ou membros de comunidades onde a empresa é atuante ou não (CAMPANHOL E BREDA, 2005 Apud CRUZ 2006).

Mesmo ainda recente o conceito de sustentabilidade, as gestões de RH de algumas empresas vêm empregando ações que primam pela valorização do seu capital humano numa indicação de esse seja um principio importante na caminhada para a transformação da sua visão.

Embora todas as empresas possuam como característica comum a racionalidade finalizada ao lucro e fundada no cálculo da rentabilidade, elas podem seguir orientações diferenciadas para atingir tal objetivo, assim como afirmam Cappellin e Giuliani. (1999).

Conforme indicam os autores, é visível no mundo moderno, uma reorientação a cerca do processo produtivo e da visão do lucro, mas, essa mudança de paradigma vai sendo delineada através da influência do mercado e da mobilização da sociedade, que cobra cada vez mais posturas socioambientais das empresas na equação dos problemas globais.

A criação do valor sustentável poderá resultar em indicadores de rentabilidade para as empresas, destaca PINTO (2002):

É bem provável que, em futuro muito próximo, as empresas se vejam compelidas a apresentar bons indicadores de sustentabilidade a fim de obter recursos financeiros e parceiros para seus processos econômicos e, com isso, poder galgar novos patamares de rentabilidade. (PINTO, 2002, p.27)

Os indicadores de sustentabilidade já são utilizados como indicativos de confiança em algumas empresas de fomento que primam pela preservação do Planeta.

Peter Senge (2009) estruturou da Matriz de Valor Sustentável em quatro grupos que nos permitem uma melhor compreensão de como as práticas sustentáveis se interagem com as estratégias essenciais das empresas:

- a) Estratégia: prevenção da poluição. Visa minimizar resíduos resultantes das operações – Retorno: redução de custos e riscos. Poderá haver ganho imediato com a redução da poluição.
- b) Estratégia: supervisão do produto. Objetiva integrar as opiniões dos *stakeholders* nos processos de negócio – Retorno: Melhor reputação e legitimidade da empresa. Poderá haver melhoria da imagem e dos resultados financeiros da empresa.
- c) Estratégia: visão da sustentabilidade. Busca desenvolver diretrizes compartilhadas para atender as demandas insatisfeitas – Retorno: Favorece a trajetória de crescimento sustentável. Poderá haver uma melhor orientação dos rumos de crescimento da empresa
- d) Estratégia: tecnologia limpa. Tem o intuito de desenvolver as competências sustentáveis no futuro – Retorno: Inovação e reposicionamento. Possibilidade de novas oportunidades.

Com essa estrutura a Matriz do Valor sustentável possibilita a empresa decidir qual é a melhor estratégia, ou seja, aquela que possibilitara a melhor trajetória para se chegar ao êxito. Assim, torna-se conveniente para as empresas incorporarem em suas estratégias as considerações socioambientais para com isto obter resultados sustentáveis e ao mesmo tempo cumprir sua função social e de preservação do meio ambiente equilibrado.

#### **2.1.4 Qualidade de Vida no Trabalho (QVT)**

A qualidade de vida no trabalho é um tema recente e bastante discutido nas organizações empresariais e acadêmicas nos dias atuais, devido à enorme aplicabilidade de seus programas, sejam eles por motivos de compensação financeira ou modismo. Tolfo e Piccinini (2001, p.167) enfatizam: “Embora a temática da qualidade de vida no trabalho tenha recebido considerável atenção nestas duas últimas décadas, ainda existe alguma incerteza com relação ao sentido exato do termo”.

Assim, o conceito de Qualidade de Vida no Trabalho parece ser ficar a mercê de cada empresa e sua aplicabilidade, conforme a visão da sua gestão de Recursos Humanos, o que pode tornar a sua aplicabilidade ineficiente.

Atualmente as organizações têm muito importância à melhoria das condições de vida e da saúde dos colaboradores, pois, são questões que atingem diretamente a capacidade produtiva das pessoas. Essa questão se situa na seara da Qualidade de Vida no Trabalho. (Fernandes & Gutierrez, 1998 apud OLIVEIRA & LIMONGE-FRANÇA, 2005. p9).

Mesmo sendo tênue a diferença entre as questões do trabalho e da vida na família e na comunidade, ambas tratam de promover e garantir a qualidade do bem estar do ser humano.

Segundo Albuquerque e Limonge-França(2005). Qualidade de Vida no Trabalho é um “Conjunto de ações de uma empresa que envolve o diagnóstico e implementação de melhorias e inovações gerenciais, tecnológicas e estruturais dentro e fora do ambiente de trabalho visando propiciar condições plenas de desenvolvimento humano para e durante a realização do trabalho.

A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) é uma ferramenta fundamental para na gestão de RH, pois, através avaliação dos resultados de desempenho, permite aos gestores imprimir ações que venham facilitar ou trazer satisfação e bem-estar ao trabalhador na execução de sua tarefa, porém, ainda é pouco aplicada como estratégia organizacional. No Brasil A QVT começou a se desenvolver a pouco tempo. A teoria da QVT tem sido afeta atitudes pessoais e comportamentos importantes para a produtividade individual e grupal, tais como: motivação para o trabalho, adaptabilidade a mudanças no ambiente de trabalho, criatividade e vontade de inovar ou aceitar mudanças.

Assim, conceito de Qualidade de Vida na organização é de certa forma, abrangente e precisa ser definido com clareza, uma vez que os cargos de trabalho representam não somente uma fonte de renda para os colaboradores, mas também um meio de satisfazerem suas necessidades de toda ordem, como reflexos evidentemente em sua qualidade de vida, ou seja, o homem é o principal elemento diferenciador, e o agente responsável pelo sucesso de todo e qualquer negócio. (CHIAVENATO, 2000).

O tema de Qualidade de Vida no Trabalho é uma preocupação crescente e fundamentada de todas as empresas que buscam se tornarem altamente competitivas, em mercados cada vez mais globalizados.

A tecnologia de QVT (Qualidade de Vida no Trabalho) pode ser utilizada para que as organizações renovem suas formas de organização no trabalho, de modo que, ao mesmo tempo em que se eleve o nível de satisfação do pessoal, se eleve também à produtividade das empresas, como resultado de maior participação dos empregados nos processos relacionados ao seu trabalho. (FERNANDEZ, 1996, p. 36)

Nesse trabalho, as ações de QVT desenvolvidas pelo grupo Cenci procuram abranger todas as dimensões ambientais da empresa, seja nas atividades laborais, seja na comunidade, conforme explica o diretor de pecuária,

“Temos uma grande preocupação no sentido motivacional e aí a gente tem feito algumas ações, como boas residências, áreas recreativas para homens e mulheres e crianças, boas condições de alimentação, uniformes e ferramentas adequadas ao trabalho e remuneração acima da média do mercado, além do transporte e projeto sociais junto aos colégios dos filhos dos funcionários”.

A empresa que se dispõe a implantar uma política que valorize a QVT, o retorno se traduz na valorização da sua imagem.

## **2.2 Criação de Parcerias**

A parceria exige que todos os parceiros atuem para transformar seus negócios em termos de relacionamentos, comportamentos, processos de comunicação e liderança. Nenhum participante pode ter êxito sem a participação efetiva do outro.

A parceria já existe há séculos. As possibilidades de parceria para o crescimento humano foram apontadas pela Bíblia “O irmão que ajuda a seu irmão é como uma fortaleza” (Pro 18, 19). Na economia, a parceria de negócios ganhou um impulso significativo e fôco dentro principais empresas globais.

O ambiente competitivo atual faz com que as empresas se associem em parcerias para melhor aproveitarem as oportunidades do mercado. Essa associação se dinamiza cada vez mais, à medida que, o ciclo do produto se encurta. Em uma das etapas de evolução dos sistemas produtivos, surgiu a Tecnologia de Grupo (TG) como uma ferramenta de projeto que poderia conduzir as empresas de manufatura a uma maior eficiência e flexibilidade. Assim, cadeia produtiva cria tipos específicos de diagramas que permitem aos gestores montarem diferente layout de montagem dos produtos, dessa forma, cria-se um leque de possibilidades para diversos ramos de atividade.

GHIURGHI, (2010) em seu artigo intitulado “Parcerias: Descubra o que sua empresa tem a ganhar com elas” “Em meio a uma era de expressivo crescimento da

concorrência, em que o diferencial já se tornou imperativo, as empresas apostam cada vez mais em parcerias, visando à realização de um projeto conjunto que resulte em lucratividade”.

As parcerias podem alavancar os negócios e ainda trazer vantagens, como:

- a) Elevação do volume de vendas;
- b) Diminuição do preço de venda por meio da otimização dos processos;
- c) Aumento da quota de mercado devido à diminuição dos participantes do mercado;
- d) Expansão da área geográfica de atuação;
- e) Redução de opções de compra para os clientes e
- f) Aumento de competitividade seja por redução de preço, diferencial tecnológico ou logístico.

São várias as causas que levam a constituição de uma rede produtiva pelo sistema de parcerias. Entre elas estão: proximidade com o mercado consumidor; rapidez de atendimento às demandas; flexibilização do volume e variedade do produto e compartilhamento dos riscos. Tais, motivos são responsáveis pela diferenciação nas estruturas redes produtivas.

Esse estudo buscou mapear as parcerias que compõe a rede de relacionamentos do grupo Cenci, dessa forma, foi observado que um leque razoável de parceiros que integram a cadeia produtiva da empresa, tanto parceiros de cunho econômico, como parceiros de convênio e ou fomento. Essas parcerias contribuíram significativamente para alavancar os negócios do grupo, como é o caso do SEBRAE, que participou do Festival Sabor Suíno, anteriormente citado, cujo objetivo foi impulsionar o comércio da carne de porco produzida no Distrito Federal.

### **2.3 Suinocultura**

A suinocultura é o ramo da zootecnia que é a parte da zootecnia especial que trata da criação de suínos para a produção de alimentos e derivados. No mundo, os suínos respondem por 44% do consumo de carnes.

### 2.3.1 Panorama da Suinocultura no Brasil

A suinocultura brasileira teve um acentuado crescimento nos últimos quatorze anos. Alguns fatores como indicam esse crescimento, tais como: volume de exportações, participação no mercado mundial, número de empregos diretos e indiretos, entre outros. A atividade evolui também, no modo de produção, a sua cadeia produtiva tornou-se, mais especializada econômica e competitivamente. Mas a produção suína ainda não é conhecida por grande parte da população brasileira. Esse desconhecimento implica negativamente na geração de emprego e renda no país.

A atividade se destaca na matriz produtiva do agronegócio brasileira. Estimativas indicam que mais de 730 mil pessoas vivem dessa atividade e indiretamente, 2,7 milhões de pessoas participam da sua cadeia produtiva (ROPPA, 2002, apud, GARCIA E PALMEIRA 2006).

Essa estimativa demonstra que apesar do crescimento da atividade, o mercado da carne de porco, ainda precisa ser mais explorado para atingir níveis satisfatórios de consumidores no país,

A participação do Brasil no mercado internacional vem aumentando, mas, a maior fatia desse comércio se restringe a apenas quatro países, somente a Rússia consome 90% da carne suína exportada pelos brasileiros.

Nesse sentido, algumas ações têm dado sinais de que o mercado da carne suína poderá crescer muito mais, haja vista, os acordos comerciais que o Brasil vem firmando com outras nações, principalmente as emergentes, como a Índia e a China.

A produção de suínos no Brasil possui vantagens comparativas que tornam a atividade mais competitiva no cenário internacional, que são: Integração vertical da produção; disponibilidade de insumos básicos utilizados na alimentação suína, como milho e soja; custos mais baixos que os dos competidores, e, além disso, área em grande quantidade e disponível para o crescimento do ramo suinícola. Outros aspectos como os avanços tecnológicos contribuem positivamente com os avanços da produção (ANUALPEC, 2002, apud Garcia e palmeira, 2006).

Os nossos produtores ainda estão tímidos em relação a criação de porcos, mas, já notório que o setor começa a se organizar para difundir ainda mais a atividade. Hoje no país já existem algumas associações e até mesmo cooperativas de produtores que se articulam para comercializar seus produtos.

O Brasil utiliza apenas 263'58 milhões de hectares para as atividades agrícolas, menos de 32% da área total, que é de 845,94 milhões de hectares. Além de estar aumentando a sua área cultivada, o país vem multiplicando consideravelmente a produção de matérias primas utilizadas na produção de suínos. ROPPA (2001, apud GARCIA E PALMEIRA, 2006) afirmam que o Brasil possui uma densidade de 4,34 suínos por Kilômetro quadrado.

Essa afirmação mostra que ainda temos muita área que poderá ser explorada pela atividade da suinocultura.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína – ABIPECS, o setor se manteve estável, com forte recuperação da lucratividade em 2010. Esse quadro se configurou pelo crescimento da produção, expansão da demanda interna, valorização do Real, elevação dos preços nos mercados interno e externo, aumento da concorrência internacional e menor oferta da carne bovina no mercado doméstico.

A produção em 2010 cresceu 1,5% em relação a 2009, passando de 3,19 milhões de toneladas para 3,24 milhões de toneladas. Esse aumento se deu principalmente pela crise econômica mundial que desestimulou os investimentos.

Produção Industrial de carne suína de 2004 a 2010 (Mil toneladas)  
(gráfico 1)

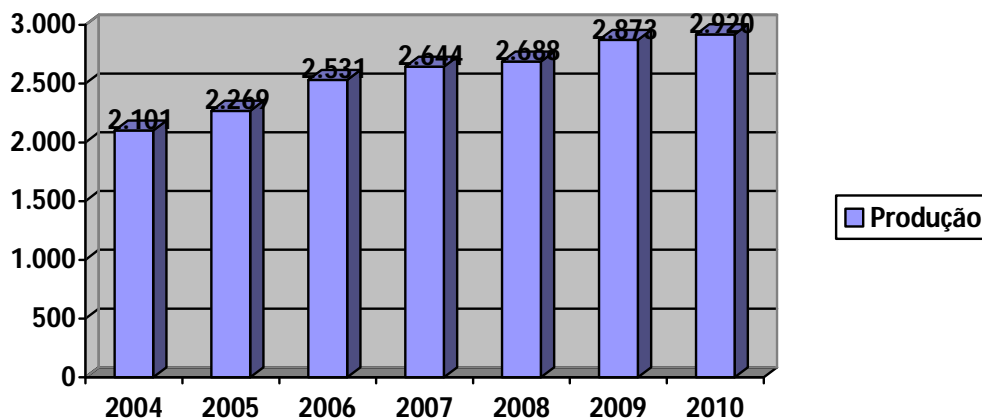


Gráfico1: Fonte: Abipecs.

A análise do gráfico acima aponta para um crescimento moderado, porém, contínuo da produção de carne suína do ano de 2004 até o ano de 2010.

A crise financeira de 2008/09 afetou o volume e os preços das exportações em 2010. A forte valorização do Real diminuiu a competitividade do produto brasileiro perante os seus principais concorrentes ( estados Unidos e alguns países da União Européia), dessa forma, o mercado interno se mostrou mais atrativo que o externo. Essa situação fez com que os exportadores recusassem os preços oferecidos pelos importadores. Conseguindo, com isso, remunerar com vantagem seus produtos no mercado doméstico.

Valor e volume exportados de carne suína de 2004 a 2010 (US\$ mil toneladas) (gráfico 2).

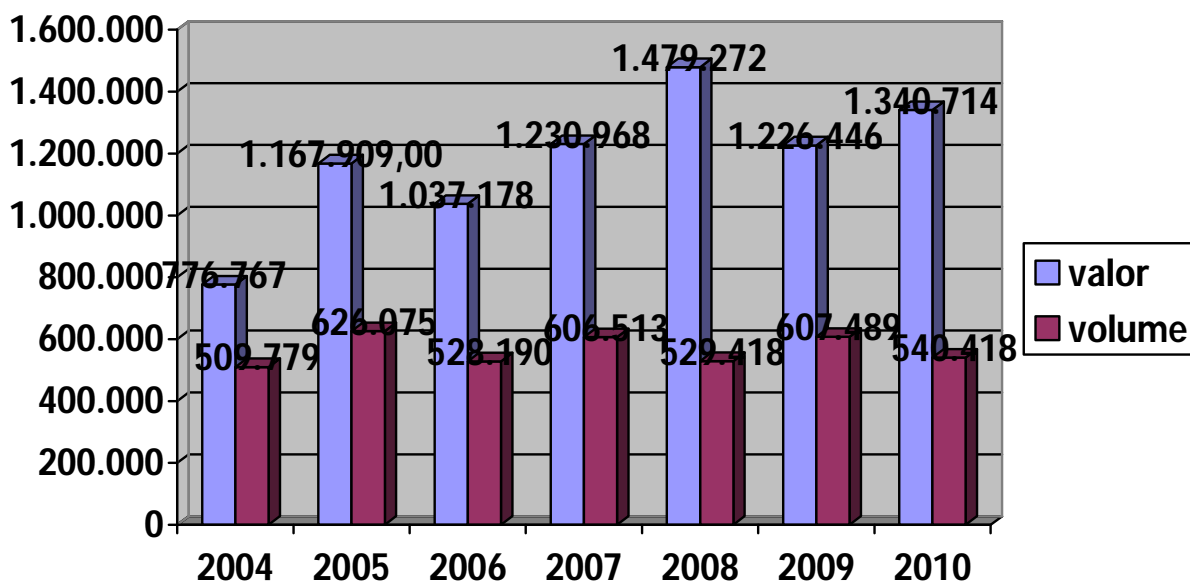


Gráfico 2: Fonte Abipecs

A análise do gráfico mostra que o valor exportado teve um crescimento acentuado no período de 2004 a 2010, já o volume exportado se manteve estável.

### 2.3.2 A Suinocultura no DF

O Distrito Federal tem um posicionamento estratégico no que diz respeito ao desenvolvimento da suinocultura nacional, fortemente vocacionado para a região Centro-Oeste. Alguns dos principais investimentos da indústria de suinocultura nos últimos anos têm sido feitos nesta região, em consequência, principalmente, da disponibilidade de grãos em abundância.



O aumento da demanda mundial e o baixo nível de consumo de carne suína no mercado doméstico são janelas de oportunidade que podem e devem ser aproveitadas pelo Distrito Federal e Região do Entorno como importante alternativa de geração de emprego e renda. Para se ter uma idéia, cerca de 39% do consumo de proteína animal no mundo é suína.

Apesar da posição de destaque da carne suína no cenário mundial, no Brasil, o consumo é relativamente baixo, com cerca de apenas 12 kg/capita/ano. Vale considerar que, em torno de 9 kg/capita/ano são embutidos (salsicha, lingüiça, presunto etc.), os quais são produzidos em sua grande maioria pelas grandes indústrias. No Distrito Federal, a cadeia produtiva de suínos apresenta características interessantes e peculiares. É constituída por um grupo reduzido de produtores e de frigoríficos, cuja oferta de produtos não atende à demanda existente no mercado e que por isso mesmo possui grandes oportunidades para viabilizar o crescimento do negócio. Além disso, segundo o IBGE, o Distrito Federal é a unidade federada de maior renda per capita no Brasil e que devido a isso, apresenta grande potencial de consumo. No entanto, apresenta baixo consumo interno de carne suína e a dependência das exportações para viabilizar o negócio.

A partir de uma pesquisa encomendada pela ABCS e pela ABIPECS a “Rojo Marketing”, foram identificados cinco motivos, pelos quais apesar de preferir o sabor, o consumidor brasileiro pouco consome, a carne suína:

No Distrito Federal, a cadeia produtiva de suínos apresenta características interessantes e peculiares. É constituída por um grupo reduzido de produtores e de frigoríficos, cuja oferta de produtos não atende à demanda existente no mercado e que por isso mesmo possui grandes oportunidades para viabilizar o crescimento do negócio. Além disso, segundo o IBGE, o Distrito Federal é a unidade federada de maior renda per capita no Brasil e que devido a isso, apresenta grande potencial de consumo. No entanto, apresenta baixo consumo interno de carne suína e a dependência das exportações para viabilizar o negócio.

### **2.3.3 A Sustentabilidade na Suinocultura.**

A sustentabilidade na cadeia produtiva da suinocultura é uma questão muito relevante, pois, está relacionada ao aproveitamento racional dos dejetos, tanto pelo aspecto socioambiental, como pelo econômico.

Os dejetos gerados na suinocultura apresentam elevado potencial de poluição, pois, os animais ficam confinados em ambientes pequenos, em contato permanente com seus dejetos, o que acaba provocando mau cheiro, proliferação de insetos, desconforto para os animais e para os operadores que trabalham no local, além do escoamento de resíduos para rios e lagos, comprometendo assim os recursos hídricos e contaminando o meio ambiente. No entanto, pode ser uma alternativa energética como fertilizantes e também, como alimento para outros animais OLIVEIRA (2004). O manejo apropriado oferece condições para o aproveitamento integral dos dejetos. Um bom exemplo é utilização de sistemas biointegrados que podem maximizar o aproveitamento dos dejetos dentro da própria cadeia produtiva dos suínos, reduzindo a contaminação exterior dos recursos naturais.

No Brasil, algumas práticas vêm sendo empregadas no intuito de reduzir os custos com tratamento dos dejetos e racionalizar a sua utilização, como é o caso da criação de suínos em camas sobrepostas, onde os animais são criados em espaços mais amplos e sobre uma cama, que pode ser de serragem, casca de arroz, palha de trigo, sabugo moído, feno, bagaço de cana, ou qualquer outro material que possa ser usado como cama. Assim, os dejetos líquidos e sólidos são absorvidos pela cama, evitando o seu escoamento para a natureza e a consequente contaminação do meio ambiente. Depois de algum tempo, os resíduos, misturados com o material da cama, acabam produzindo uma compostagem de alto valor nutritivo, que pode ser utilizada em culturas orgânicas.

Outra prática que tem dado resultado é a utilização de biodigestores, que foi impulsionada a partir do Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL). Um programa das Organizações das Nações Unidas (ONU), que tem como meta a redução dos gases causadores do efeito estufa. Os biodigestores são equipamento utilizado na produção de biogás, uma mistura de gases - principalmente metano, 21 vezes mais agressivo ante o dióxido de carbono, produzido por bactérias que digerem matéria orgânica. SANTOS (1995) Além de ser usado como combustível, em substituição ao gás natural ou o tradicional gás de cozinha (GLP), o produto gera energia elétrica. Outra vantagem é que as sobras do processo servem de biofertilizante que são usados em lavouras.

### **3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA**

#### **3.1 Tipo de Pesquisa e Delineamento**

Essa pesquisa é um estudo de caso e a metodologia utilizada para o seu desenvolvimento é do tipo exploratória e descritiva.

Devem-se seguir três princípios para a coleta de dados em um estudo de caso. Primeiro, buscam-se evidências provenientes de duas ou mais fontes. O fundamento lógico para se utilizar várias fontes de evidências é a triangulação de dados, que permite desenvolver linhas convergentes de investigação e resolver o problema potencial da validade do construtor.

O segundo princípio é a organização de um banco de dados para o estudo de caso, isto é, uma reunião formal de evidências distintas, uma maneira de organizar e documentar os dados coletados e aumentar a confiabilidade do estudo.

O terceiro princípio é a busca por um encadeamento de evidências, isto é, fazer ligações explícitas entre as questões feitas, os dados coletados e as conclusões a que se chegou. (YIN 2001).

A técnica utilizada para a obtenção dos dados foi um questionário realizado no dia no mês de maio com o diretor de pecuária da empresa, adquirindo-se assim as informações e obtendo-se, dessa forma, condições para atingir os objetivos do trabalho. O questionário foi colocado em forma de entrevista semi-estruturada, fazendo com que o entrevistado pudesse discorrer, reportar sobre cada item abordado a fim de proporcionar melhores informações sobre o assunto.

A entrevista foi gravada e transcrita para facilitar a coleta e análise dos dados.

#### **3.2 Localização e Caracterização da Empresa.**

A empresa situa-se na região da Cooperativa de Produtores Agropecuários do distrito Federal – COPADEF, zona rural de Planaltina, Distrito Federal. O grupo Cenci é uma empresa agroindustrial familiar voltada para a produção e comercialização de produtos agrícolas, tais como: Milho, soja, seus derivados e produtos da pecuária bovina e suína, sendo a suinocultura a sua principal atividade.

Com a produção voltada para o mercado local, empresa comercializa seus produtos no Distrito Federal e região do entorno de Brasília.

A empresa conta com uma equipe de 120 colaboradores, todos com a situação trabalhista regularizada, remuneração condizente com o mercado, além de outros benefícios, como projetos sociais junto à escola dos filhos dos funcionários.

Foto 1 - Instalações



Foto 2 - Tanques de dejetos



Foto 3 – Leitões



Foto 4 Matrizes



Fotos da criação de Suínos: Fonte: Arquivo pessoal

### 3.3 Instrumentos de Pesquisa

A pesquisa caracterizada como pesquisa de campo e os instrumentos utilizados foram: entrevista semi-estruturada, gravadores e equipamentos de filmagens, para o armazenamento dos dados que serão utilizados e compilados.

### 3.4 Coleta de Dados e Informações

a) Foram levantadas informações primárias através da observação e questionamento em visitas informais para coleta dos dados que subsidiaram a análise qualitativa;

b) Foi realizada uma entrevista com o diretor de pecuária do grupo Cenci.

## 4. Análise e discussão dos resultados

A seguir são apresentados trechos relevantes da entrevista realizada, seguidas de análises para melhor compreensão da abordagem no contexto deste estudo, os trechos selecionados.

Nesse trabalho foi feita uma descrição sobre a visão do grupo agroindustrial Cenci sobre a sustentabilidade ambiental na cadeia produtiva da sua empresa. Na entrevista com o diretor de pecuária, fica evidente a atenção destinada às práticas de produção, onde a sistematização da cadeia produtiva da empresa acontece de forma integrada e com destinação adequada para os dejetos oriundos da suinocultura. Segundo mesmo, o conceito de sustentabilidade vai se formando de acordo com a necessidade de se adequar ao mesmo.

“A sustentabilidade é um conceito que a gente vem aprendendo e sentindo a necessidade de se adequar e trabalhar com esse conceito, Tanto no sentido da sustentabilidade da produção como da utilização de recursos, da otimização das matérias primas e da demanda e exigência da sociedade, de que forma dar a essa sustentabilidade dentro do grupo, de que forma, que uma atividade dê sustentabilidade para outra, ou seja, os resíduos e dejetos da suinocultura servem de adubo para atividade agrícola, assim como a lavoura produz o grão que será alimento para os suínos fechando um ciclo que integra a pecuária de corte, a suinocultura, a agricultura e a indústria.”

Assim, a integração das atividades por meio de reutilização dos resíduos e dejetos, é uma prática que evita o despejo dos mesmos em locais inapropriados o que caracteriza, de acordo com a literatura, uma tentativa de contribuir com a preservação do meio ambiente.

Afirma o entrevistado que a visão da empresa é continuar crescendo seguindo os critérios de sustentabilidade para dar mais visibilidade à marca do grupo.

“A visão é poder reduzir custos operacionais com sustentabilidade não deixando resíduo no meio do caminho e construir a imagem da empresa moderna e sustentável que atenda as necessidades do consumidor. Continuar nessa linha de trabalho ampliando as atividades melhorando, otimizando mais, sendo mais eficiente, contribuir mais com a geração de renda e empregos e poder contribuir na equação dos problemas ambientais no contexto da empresa.”.

A empresa utiliza os critérios de QVT na gestão de pessoas como elemento motivador da produtividade e do bem estar dos funcionários. Existem também, projetos sociais que complementam as ações do conforme explica o Diretor.

“Temos uma grande preocupação no sentido motivacional e ai a gente tem feito algumas ações, como boas residências, áreas recreativas para homens e mulheres e crianças, boas condições de alimentação, uniformes e ferramentas adequadas ao trabalho e remuneração acima da média do mercado, além do transporte e projeto sociais junto aos colégios dos filhos dos funcionários”.

Observa-se nesta entrevista que o Diretor de pecuária possui um perfil empreendedor, buscando adquirir conhecimentos que o capacite para uma melhor gestão na empresa.

(...) “eu via sempre na mídia, dos cursos que ia fazer, então vim conhecer o SEBRAE fazer alguns cursos de iniciativa própria”

O grupo Cenci figura como ator importante na cadeia suinícola do Distrito Federal, pois, é um dos grandes produtores da suinocultura local e grande gerador de emprego e renda, como informa o entrevistado.

“Nós temos 120 funcionários“ {...} “a medida que você vai implantando as diversas ações você vai educando e criando uma consciência coletiva positiva, você vai criando essa cultura e com o tempo você tendo o retorno para empresa e o ambiente de trabalho e isso é positivo”

De acordo com o entrevistado o grupo possui uma ampla rede de relacionamentos e parcerias que possibilitam ampliação do consumo e a expansão do mercado da carne suína no DF e entorno. Essas parcerias abrangem instituições governamentais e não governamentais, empresas públicas e privadas, cooperativas e associações, que formam uma rede fundamental para o progresso do setor suinícola do distrito Federal e entorno.

“Temos uma rede de relacionamentos, trabalhamos com cooperativas, empresas institucionais como SENAR e SEBRAE e a própria Associação dos Suinocultores e a Federação Nacional de Agricultura, EMBRAPA, EMATER”

## **5. Conclusão e Considerações finais**

A realização deste estudo se deu através da entrevista com o diretor de pecuária do grupo Cenci, onde foram coletadas as informações que basearam a sua análise. Dessa forma, pelo resultado da pesquisa, considera-se satisfatória a visão do grupo em relação à sustentabilidade na cadeia produtiva da criação de suínos na empresa e descreve a importância da sua rede de parcerias como estratégia fundamental para o desenvolvimento do mercado da carne suína.

A pesquisa sofreu algumas limitações quanto ao seu propósito, pois, as informações ficaram limitadas a um único entrevistado.

A relevância da pesquisa realizada neste trabalho encontra-se na tentativa de buscar o conhecimento aprofundado da aplicação dos critérios de sustentabilidade na cadeia produtiva da suinocultura, cujos resultados poderão melhor orientar a implementação de práticas sensatas que contribuirão com a conservação do Planeta.

Para que se tenha o desenvolvimento sustentável almejado é fundamental que todos os segmentos da sociedade concentrem esforços na busca por práticas sensatas de se conduzir os meios de produção. O desenvolvimento sustentável deve ser o objetivo principal das organizações, pois, já não é mais salutar o progresso sem que a tríade (economia, sociedade e meio ambiente) caminhe junto

rumo ao equilíbrio, e dessa forma, garanta às gerações futuras condições favoráveis para a sua existência no Planeta.

Esse trabalho deixa evidente a necessidade de uma atenção mais cuidadosa com a cadeia produtiva da atividade suinícola para que de fato haja uma relação positiva entre sustentabilidade e desenvolvimento socioeconômico. Porém, colocar em prática o conceito de sustentabilidade não é tão simples, pois, as diversas incoerências existentes em relação aos modelos de produção precisam ser resolvidas. Nesse sentido, a relação mútua entre as organizações produtoras de suínos, organizações governamentais e organizações não governamentais constitui-se em importantes parcerias que presumidamente será o alicerce da estruturação da suinocultura do distrito Federal.



## REFERÊNCIAS

**Abipecs** – Associação Brasileira da Indústria Produtora de Carne Suína. Disponível em [www.abipecs.org.br](http://www.abipecs.org.br). Acesso em 5 de junho de 2011.

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ABBAGNO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1998. 1018p. Disponível em: [http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse.aspx). Acesso em maio 2011.

BOTELHO FILHO, F. B. **Estudos Rurais**. Universidade de Brasília - Núcleo de Estudos Avançados – Brasília, 2005.

CAPPELLIN, P. **Mercado de trabalho e reconversão produtiva: uma revisão da literatura sociológica italiana apos os anos 70**. Revista *Contemporaneidade e Educação*,(IEC –Instituto de Estudos da Cultura e Educação Continuada) - n. 5. 1999.

**COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO**. Nosso futuro comum – Comissão Mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

CHAMORRO, A. **Marketing Ecológico; sí marketing ecológico**. Buenos Aires: Universidadde Extremadura, 2001.

CHIAVENATO, I. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CHURCILL G.A. **Marketing, criando valor para os clientes**. Saraiva. 2000.

CRUZ, R. R. N. **Análise da Motivação dos Empreendedores no Novo Paradigma do Século 21: um estudo de caso com empreendedores do primeiro, segundo e terceiro setor de Brasília**. UnB, 2006

FERNANDES, Eda C. **Qualidade de Vida no Trabalho: como medir para melhorar**. Salvador, BA: Casa da Qualidade, 1996.

OLIVEIRA, P. A V de. **Tecnologias para o manejo de resíduos na produção desuínos: manual de boas praticas**. Concórdia, Embrapa Suínos e Aves, 2004

OLIVEIRA, P.; LIMONGI-FRANCA, A. **Avaliação da gestão de programas de Qualidade de Vida no Trabalho**. RAE Eletrônica, v. 4, n. 1, 2005.

**Gestão Empresarial e Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: [www.empresaresponsavel.com](http://www.empresaresponsavel.com). Acesso em 20 abril 2011.

YIN, Robert K. Estudo de caso : planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

**Garcia** Gonçalves, R. y Mauch **Palmeira**, E.: "Suinocultura Brasileira" en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 71, 2006. [www.eumed.net/coursecon/ecolat/br/06/rgg.htm](http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/br/06/rgg.htm). Acesso em 15 de maio de 2011

JANNUZZI, G.M. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/3104973/Indicadores-de-sustentabilidade>. acesso em 25 de maio de 2011.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PEDROZO, E; SILVA, T. N. O Desenvolvimento Sustentável, a Abordagem Sistêmica e as Organizações. Disponível em <<http://www.read.adm.ufrgs.br>>. Acesso em: 20 junho 2010.

PINTO, Tarcísio. Resíduos: reciclagem e destinação. São Paulo, SINDUSCON, 17 Abril 2002. Palestra proferida por ocasião do Workshop 'O futuro da construção civil e o meio ambiente', São Paulo, 2002.

PORTER, M.; KRAMER, M. A Vantagem Competitiva da filantropia empresarial. In: PORTER, M. Competição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em 03 abril.2011.

SÁ, A. L. de. Contabilidade Ambiental. <http://www.nelsonpeixoto.hpg.ig.com.br/Portugues/Ambiental/Index.htm>. Acesso em 23 de abril de 2011.  
[WWW.wikipedia.org/wiki/Partnership](http://WWW.wikipedia.org/wiki/Partnership) acesso em 15 de maio de 2011.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SANTOS, A C. V. dos. *Biofertilizante Líquido: o defensivo agrícola da natureza*. 2 ed.ver. Niterói, EMATER-RIO, 1995

SEBRAE: **Um agente do desenvolvimento**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 20/10/ 2010

SENGE, P.; SMITH, B.; KRUSCHWITZ, N.; LAUR, J.; SCHLEI, S. **A Revolução Decisiva**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

[http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1248268342.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1248268342.pdf) - APL de Suinocultura.  
Acesso em 25 de maio de 2011.

GHIURGHI, F. – **Parcerias: Descubra o que a empresa tem a ganhar com elas**.  
[www.vendamais.com.br/artigo/ganhar-com-elas.html](http://www.vendamais.com.br/artigo/ganhar-com-elas.html). acesso em 26 de maio de 2011

©RAE- eletrônica - v. 4, n. 1, Art. 9, jan./jun. 2005.  
[www.scielo.br/pdf/raeel/v4n1/v4n1a05.pdf](http://www.scielo.br/pdf/raeel/v4n1/v4n1a05.pdf) HTTP – acesso em 4 junho 2011.

TOLFO, S. R. e PICCININI, V.C. “**As melhores empresas para trabalhar no Brasil e a Qualidade de Vida no Trabalho: Disjunções entre a teoria e a prática**”.  
Revista de Administração Contemporânea. Curitiba, V.5, n.1, p.165-193, jan/abril. 2001.

## APÊNDICE

### Transcrição da entrevista.

1) Gesisleu: Qual é o nome do senhor?

Alexandre Cenci: Meu nome é Alexandre Cenci

2) Gesisleu: Qual é a sua idade?

Alexandre Cenci: Tenho 34 anos

3) Gesisleu: Qual é a sua formação?

Alexandre Cenci: Minha formação acadêmica é graduação em Zootecnia e MBM em Gestão do Agronegócio.

4) Gesisleu: Qual é o seu cargo na empresa?

Alexandre Cenci: Diretor na parte de pecuária do grupo Cenci.

5) Gesisleu: O que é a empresa e quando foi fundada?

Alexandre Cenci: O grupo Cenci foi fundado no começo do PADEF, isso, iniciou se na década de 70, mais especificamente em 78, então, quando surgiu a iniciativa de desenvolver a agricultura e a pecuária no do distrito federal, nas áreas de cerrado, a ei veio um pacote tecnológico e foi feito o convite para um grupo de pessoas que tinham vínculo com a terra, que já uma ligação, know how e junto a isso, se formou uma cooperativa de produtores e pesquisas, tanto pesquisa da Embrapa como a extensão da Emater.

6) Gesisleu: Como a empresa chegou até ao SEBRAE?

Alexandre Cenci: Ao SEBRAE eu cheguei de maneira individual e através do nome SEBRAE que eu via sempre na mídia, dos cursos que ia fazer, então vim conhecer o SEBRAE fazer alguns cursos de iniciativa própria, mais a frente eu tive contato através da dfsuin.

7) Gesisleu: Qual é a importância da assessoria do SEBRAE para a empresa?

Alexandre Cenci: Quando agente fundou a dfsuin há dez anos a gente foi em cima de uma necessidade de trabalhar a cadeia suinícola dentro da porteira, na fazenda e

fora da fazenda, a gente sentia as necessidades, as demandas de poder além de produzir, comercializar e mostrar essa carne porá o consumidor com um conceito bom, e a gente veio procurar o SEBRAE para poder trabalhar esses projetos estruturantes e poder trabalhar esses projetos através de um grupo de produtores.

8) Gesisleu: O senhor tem cópia do projeto?

Alexandre Cenci: Temos.

9) Gesisleu: Gerou algum relatório?

Alexandre Cenci: Sim, ao longo desses anos foram feitos alguns projetos que geraram vários relatórios

10) Gesisleu: O senhor pode nos disponibilizar uma cópia do projeto e do relatório?

Alexandre Cenci: Sim, precisamos fazer um levantamento de alguns relatórios específicos para ver o que a gente tem e se atende a necessidades da pesquisa.

11) Gesisleu: O que o senhor entende por sustentabilidade?

Alexandre Cenci: A sustentabilidade é um conceito que a gente vem aprendendo e sentindo a necessidade de se adequar e trabalhar com esse conceito, Tanto no sentido da sustentabilidade da produção como da utilização de recursos, da otimização das matérias primas e da demanda e exigência da sociedade, de que forma dar a essa sustentabilidade dentro do grupo, de que forma, que uma atividade dê sustentabilidade para outra, ou seja, os resíduos e dejetos da suinocultura servem de adubo para atividade agrícola, assim como a lavoura produz o grão que será alimento para os suínos fechando um ciclo que integra a pecuária de corte, a suinocultura, a agricultura e a indústria.

12) Gesisleu: Qual é a visão da empresa quanto ao meio de produção sustentável?

Alexandre Cenci: A visão é poder reduzir custos operacionais com sustentabilidade não deixando resíduo no meio do caminho e construir a imagem da empresa moderna e sustentável que atenda as necessidades do consumidor.

13) Gesisleu: O modelo de produção sustentável gerou valor agregado aos produtos da empresa?

Alexandre Cenci: Sim, a gente precisa fazer uma análise contextual que envolve as varias atividades e pegando cada uma delas a gente consegue fazer uma mensuração.

14) Gesisleu: O senhor tem dados que mostram o avanço da empresa depois da assessoria do SEBRAE?

Alexandre Cenci: É importante esclarecer que a assessoria do SEBRAE junto ao projeto da dfsuin, que é associação dos suinocultores do DF. Então o beneficio mais direto foi na atividade da suinocultura e com tempo vamos pegar essa experiência e levar para outras atividades

15) Gesisleu: A empresa possui um programa de QVT?

Alexandre Cenci: Temos uma grande preocupação no sentido motivacional e ai a gente tem feito algumas ações, como boas residências, áreas recreativas para homens e mulheres e crianças, boas condições de alimentação, uniformes e ferramentas adequadas ao trabalho e remuneração acima da média do mercado, alem do transporte e projeto sociais junto aos colégios dos filhos dos funcionários.

16) Gesisleu: Quantos funcionários têm na empresa?

Alexandre Cenci: 120 funcionários.

17) Gesisleu: A implantação do programa de QVT mudou a visão dos funcionários?

Alexandre Cenci: Isso é um processo continuo e gradativo, a medida que você vai implantando as diversas ações você vai educando e criando uma consciência coletiva positiva, você vai criando essa cultura e com o tempo você tendo o retorno para empresa e o ambiente de trabalho e isso é positivo.

18) Gesisleu: Como funciona o trabalho com parcerias?

Alexandre Cenci: Temos uma rede de relacionamentos, trabalhamos com cooperativas, empresas institucionais como SENAR e SEBRAE e a própria Associação dos Suinocultores e a Federação Nacional de Agricultura, EMBRAPA, EMATER.

19) Gesisleu: Quem são os parceiros que ainda estão no projeto?

Alexandre Cenci: Estamos todos trabalhando juntos nesse projeto.

20) Gesisleu: A reportagem do Correio Brasiliense trouxe algum benefício para a empresa? Quais?

Alexandre Cenci: A mídia em geral sempre traz benefícios e a gente entende como fator positivo, que vai criando um somatório de informações que vai fortalecendo a imagem da empresa.

21) Gesisleu: Qual é o seu mercado principal?

Alexandre Cenci: O nosso mercado é o distrito federal e entorno, hoje não justifica a gente pensar em ir longe porque a produção é toda para atender a demanda local.

22) Gesisleu: A empresa pretende aumentar o seu portfólio?

Alexandre Cenci: Nessa questão a nossa visão é concentrar energia naquilo que nos rende mais, e dessa forma, quem vai mostrar isso é o próprio mercado, ou seja, não adianta você ter vinte produtos e ter uma margem menor, do que se ter dez produtos com uma margem maior com menor dispêndio de energia.

23) Gesisleu: Quais são os projetos da empresa para o futuro?

Alexandre Cenci: Continuar nessa linha de trabalho ampliando as atividades melhorando, otimizando mais, sendo mais eficiente, contribuir mais com a geração de renda e empregos e poder contribuir na equação dos problemas ambientais no contexto da empresa.

24) Gesisleu: O senhor quer dizer mais alguma coisa que ainda não foi dito nessa entrevista?

Alexandre Cenci: Só quero deixar registrada, a importância de poder contribuir com os trabalhos acadêmicos e dessa forma, trocar informações importantes para outras pesquisas.

Gesisleu: Senhor Alexandre, agradecemos pela imensa colaboração para a realização do nosso trabalho.