

NÃO JOGUE NADA FORA, PORQUE NÃO EXISTE FORA

DOI: <http://dx.doi.org/10.19177/rgsa.v9e02020704-719>



Cláudia Silva Ribeiro Alves¹

Suzete Antonieta Lizote²

RESUMO

Este estudo tem como objetivo descrever as etapas de implantação do processo de compostagem da empresa Distribuidora Müller. Trata-se de um projeto socioambiental desenvolvido pelos funcionários da empresa supracitada, para minimizar os efeitos negativos da pulverização do solo com agrotóxico, e a utilização correta do descarte do material orgânico. Metodologicamente considera-se um estudo de caso descritivo com abordagem qualitativa. Os resultados podem ser observados por meio de ações simples, mas que podem ser desenvolvidas pelas empresas e trazer resultados positivos, inclusive atendendo a política dos 3R's: reduzir, reutilizar e reciclar. Conclui-se, portanto, que diante da realidade da sociedade e sua conseqüente geração de resíduos, torna-se imprescindível reaproveitar a matéria orgânica que deixa de ser problema, para ser solução ambiental. Tendo a preocupação e conscientização de não jogar nada fora, porque não existe "fora".

Palavras-chave: Compostagem. Material orgânico. Responsabilidade socioambiental

¹ Mestre. Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). dinha.csra@gmail.com

² Doutora. Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). lizote@univali.br

COMPOSTING: DO NOT PLAY ANYTHING BECAUSE THERE IS NO OUT

ABSTRACT

This study aims to describe the implementation steps of the composting process of Distribuidora Müller. This is a social and environmental project developed by the employees of the aforementioned company to minimize the negative effects of soil spraying with pesticides and the proper use of organic material disposal. Methodologically it is considered a descriptive case study with qualitative approach. The results can be observed through simple actions, but they can be developed by companies and bring positive results, including meeting the 3R's policy: reduce, reuse and recycle. It is concluded, therefore, that in view of the reality of society and its consequent generation of waste, it is essential to reuse organic matter that is no longer a problem, to be an environmental solution. Having the concern and awareness of not throwing anything away, because there is no "outside".

Key words: Composting. Organic material. Social and environmental responsibility.

1 INTRODUÇÃO



As organizações, por meio de vantagens competitivas relacionadas a redução de custos, qualidade nos seus produtos e serviços, preços atrativos, entre outros, buscam competitividade no mercado em que atuam. Embora todos esses fatores sejam importantes, atualmente uma das questões fundamentais da competitividade relaciona-se às questões socioambientais.

O conceito de Responsabilidade Socioambiental teve início na produção acadêmica na década de 1950. Neste período o foco era centrado no empresário. (CARROLL, 1999). A discussão em relação a responsabilidade socioambiental entre 1950 a 1990, teve evolução do conceito quanto das mudanças da sociedade. O enfoque do conceito, a partir do novo milênio, se deu quanto a sustentabilidade e o meio ambiente, que passaram a fazer parte de estudos científicos de responsabilidade socioambiental corporativa de forma mais ampliada. (ALVES; MAÑAS, 2009).

A problemática ambiental é uma questão que tem envolvido várias esferas ou públicos de interesses, chamados de *stakeholders*, que discutem e buscam soluções

objetivando o desenvolvimento socioeconômico e sustentável. (RESKE FILHO et al., 2011).

Atualmente as empresas precisam se atentar ao cenário globalizado e os movimentos em prol de ações de responsabilidade ambientais e sociais que estão intrinsicamente conectadas as estratégias. As ações de responsabilidade socioambientais, estarão cada vez mais relacionadas a longevidade das organizações. A gestão da responsabilidade socioambiental se estende aos setores da empresa, e consideram as relações entre os seus *stakeholders*. (RESKE FILHO et al., 2011).

As firmas precisam se atentar e adotar práticas de responsabilidade sócio ambiental, não apenas pelo cumprimento legal dos órgãos reguladores e fiscalizadores, mas que possam minimizar impactos negativos em seus negócios, e melhorem a qualidade dos serviços prestados. (RESKE FILHO et al., 2011).

A Responsabilidade Socioambiental não deve ser tratada como política empresarial isolada, mas entendida como responsabilidade ética global das firmas. O cuidado ambiental demandado das empresas envolve tanto o ambiente natural quanto as pessoas que o habitam. Portanto, o foco está em envolver as questões estratégicas da empresa com o meio ambiente e seus *stakeholders* direta ou indiretamente, ou seja, todo o público relacionado e afetado pela organização. (RIBEIRO; PUENTE-PALACIOS; FERREIRA, 2015). Neste sentido, este estudo tem como objetivo descrever as etapas de implantação do processo de compostagem da empresa Distribuidora Müller.

A relevância deste trabalho vincula-se ao papel fundamental que assume a compostagem para a responsabilidade socioambiental de uma organização. Destaca-se também que a responsabilidade socioambiental não deve ser observada apenas em empresas. Todas as pessoas, devem estar atentas aos impactos de suas atividades, e responder adequadamente a estes.

O artigo está estruturado em cinco seções, iniciando com esta introdução. A segunda seção apresenta o referencial teórico; a abordagem metodológica é apresentada na seção seguinte; as análises e discussão dos dados estão evidenciadas na seção quatro. Na quinta são feitas as considerações finais da pesquisa e por último, é disponibilizado o referencial bibliográfico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

O conceito de desenvolvimento sustentável teve seu marco inicial no relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente conhecida como Responsabilidade Socioambiental (RSC) e o comportamento dos clientes na decisão de compra. (BARBIERI et al., 2010).

Na Conferência da ONU, RIO+10, em Johannesburgo, 2002, foi ratificada a Carta da Terra, documento elaborado de forma consensual e com a contribuição de governos e instituições de 179 países. Neste documento foi reconhecido a responsabilidade socioambiental acerca do meio ambiente, que foi subdividido em quatro partes: respeitar e cuidar da comunidade da vida; integridade ecológica; justiça social e econômica; democracia, não violência e paz. (ONU, 2002).

No Brasil, a ideia de Responsabilidade Socioambiental está prevista desde a Constituição Federal de 1988 (Artigo 225) a qual orienta que tanto o Poder Público quanto a coletividade devem desenvolver técnicas, projetos e tecnologias que minimizem os danos ao meio ambiente. (BRASIL, 1988).

De acordo com o Instituto Ethos (2000), no Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial recebeu forte impulso na década de 90. Sendo muito importante para a sociedade brasileira em função das carências e as desigualdades sociais existentes no país.

A Conferência da ONU RIO+20, ocorrida em junho de 2012, no Rio de Janeiro, foi outro marco. Após a reunião foi emitido o documento *The Future We Want*, o qual recomendou que o comércio e a indústria fiquem em conformidade com a legislação nacional, desenvolvam políticas verdes, e estratégias de negócios sustentáveis. Neste documento, o setor empresarial necessita promover a gestão sustentável dos resíduos por meio da aplicação dos 3Rs, quais sejam: reduzir, reutilizar e reciclar. (ONU, 2012).

Em 2015, foi divulgada pela ONU a Agenda 2030 do ODS, que se refere a um plano de ação direcionado às pessoas, ao planeta, e à prosperidade que buscou fortalecer a paz universal. Para tanto, solicitou que todos os países e públicos interessados, atuem em parceria colaborativa (5 P's da ONU). Por ocasião da Agenda

2030 foram elaborados os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 objetivos específicos. (ONU, 2016).

O avanço tecnológico e o consumismo acabam trazendo consequências irreparáveis ao meio ambiente. No entanto, as empresas vêm buscando envolvimento no comportamento socialmente responsável, se preocupando com as obrigações legais e buscando resultados melhores no mercado em que atuam, conseqüentemente, maior competitividade. (KLEIN; DAWAR, 2004).

No Brasil, de acordo com Moretti e Campanario (2009), o campo da Responsabilidade Socioambiental como prática social, ainda continua em formação. As discussões relacionadas a temática, agregam valor às empresas, e devem ser tratadas como estratégia de investimento.

No entanto, existe preocupação constante relacionada aos indivíduos que resistem em identificar as causas e principalmente as conseqüências da ação humana que interferem diretamente no meio ambiente. Algumas pessoas ainda não estão preocupadas com as questões ambientais, e outras, acreditam que os recursos naturais são infinitos. (BERTÉ, 2009).

Alguns autores, ao estudarem a gestão social e ambiental em pequenas e médias empresas, perceberam a influência dos seus *stakeholders*. Identificaram que as ações nessas organizações buscam a conscientização dos colaboradores em adotar práticas e comportamentos voltados à cidadania, principalmente ações como coleta seletiva de lixo, ou promoção de ações filantrópicas. (MOYSÉS FILHO; RODRIGUES; MORETTI, 2011).

O tema responsabilidade socioambiental passou a ser pauta de discussão nas reuniões de diretoria das organizações. Ademais, o uso dos recursos de forma racional infere no comportamento dos clientes na decisão de compra, conseqüentemente, influencia na perenidade dos negócios. (SCANDELARI; CUNHA, 2013). Porém, Garcia et al. (2015) identificaram que a evidência socioambiental das empresas é iniciante e não possui precisão.

Para Ramires Jr. et al., (2018), a comunidade deve estar atenta e controlar o consumo desenfreado, já o setor público precisa criar e fiscalizar políticas de preservação aos recursos naturais, e o setor privado necessita fazer o realinhamento dos processos que venham de encontro com o tripé da responsabilidade socioambiental.

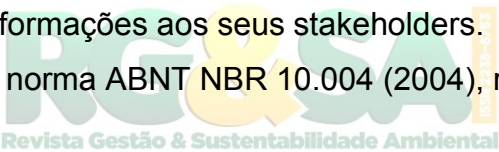
As empresas têm o desafio de transmitir a realidade socioambiental para seu público interno e para o mercado consumidor, sem repassar os custos dessas ações, buscando desta forma influenciar o comportamento do consumidor. (RAMIRES Jr. et al., 2018).

Quando as empresas conseguem obter o engajamento dos trabalhadores nas ações socioambientais, passam a ser eficazes, e este envolvimento pode acontecer de características como valores, ou a identificação do indivíduo com o meio ambiente. (STERN; DIETZ, 1994; PATO, 2004; BRUNI; SCHULTZ, 2010).

2.2 GESTÃO DE RESÍDUOS

O Brasil em 2010 instituiu a Política Nacional dos Resíduos Sólidos, Lei Federal 12.305, por meio do Formulário de Referência e do Relato Integrado. Através desta política, evidenciou e ratificou a Responsabilidade Social Corporativa em relação à gestão de resíduos sólidos. Ademais, estabeleceu que as organizações devem promover acesso das informações aos seus stakeholders. (BRASIL, 2010).

De acordo com a norma ABNT NBR 10.004 (2004), resíduos sólidos são


Resíduos nos estados sólido e semissólido, que resultam de atividades de origem industrial, doméstica, hospitalar, comercial, agrícola, de serviços e de varrição. Ficam incluídos nesta definição os lodos provenientes de sistemas de tratamento de água, aqueles gerados em equipamentos e instalações de controle de poluição, bem como determinados líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou corpos de água, ou exijam para isso soluções técnicas e economicamente inviáveis em face à melhor tecnologia disponível.

A gestão ambiental “engloba as atividades empreendidas pelas firmas com o objetivo de atuar na melhoria do desempenho ambiental destas”. Moura (2004, p. 54). Os resíduos sólidos proporcionam denominações, naturezas, e origens diversas e diferentes composições. O gerenciamento dos tipos de resíduos tem legislações específicas, responsabilidades determinadas, e acarretam em sistemas de coleta e tratamento final distintos. (JACOBI; BESEN, 2006).

É fato que a geração de resíduos sólidos é um dos maiores problemas atualmente, devido ao crescimento populacional, e o aumento do descarte de bens de consumo. (VALÉRIO; SILVA; COHEN, 2008). Leite (2009) acrescenta que existe a

preocupação com o lançamento de novos produtos, e o uso de fontes de matéria-prima, em especial o plástico, que geram resíduos pós-consumo.

A gestão de resíduos necessita estar desenvolvida em condições ambientais adequadas. Consideram-se, desde a fonte geradora, até a disposição segura dos aspectos de reciclagem, procurando agrupar as mudanças dos arquétipos de produção e consumo. (MADEIRA, 2010). Procurando minimizar o descarte de compostos na natureza e reduzir o consumo de recursos naturais, os autores Hodge, Ochsendorf e Fernández, (2010) consideram que as firmas vêm buscado restabelecer os resíduos nos processos produtivos por meio de reciclagem ou reuso, consentindo o desenvolvimento sustentável e a redução de passivos ambientais.

Os resíduos são resultados das ações dos indivíduos, que mesmo não apresentando utilidade de onde se originaram, podem se tornar insumos para outras atividades. (SANKOH; YAB; TRAN, 2014). Para eliminar os resíduos, é necessário um incentivo para promover boas práticas de gestão de resíduos, já que está cada vez mais caro o descarte destes materiais. Uma estratégia é de prevenção da poluição que engloba reduzir, reutilizar e reciclar. (MASSAWE, 2014).

Atualmente o desenvolvimento vem preocupando os ambientalistas. As pessoas esqueceram o meio ambiente, preocupando-se apenas em produzir, acumular riquezas, e alimentar o consumismo. Os autores Rocha, Ceretta, Botton, Baruffi e Zamberlan, (2012) enfatizam que os problemas decorrentes desse pensamento, estão em evidência e são devastadores.

No passado, a maioria dos resíduos lançados nas margens dos rios eram, orgânicos, se deterioravam rápido e o produto residual não era tóxico. Porém, com o consumismo, a maioria dos resíduos produzidos atualmente é inorgânico. Derivam de embalagens que levam séculos para degradar, causando impactos e consequências devastadoras ao meio ambiente, como o plástico. (ROCHA; CERETTA; BOTTON; BARUFFI; ZAMBERLAN, 2012).

Diante deste contexto assustador, a população não deve ficar parada aguardando ações do governo. É possível realizar pequenas ações, ou ter atitudes que impactam menos o meio ambiente, tais como uso ou descarte de produtos inadequadamente, preservar os recursos naturais como a água, escolher empresas que adotem responsabilidade ambiental, entre outras ações.

Além de buscar minimizar o consumo, deve-se reutilizar produtos por meio da reciclagem. A reciclagem, economiza energia, poupa recursos naturais e traz de volta ao ciclo produtivo o que seria lixo. A reciclagem também pode ser denominada como um processo industrial que converte o resíduo pós-consumo em matéria-prima secundária. (SOUZA, 2000).

A gestão dos resíduos, através da logística reversa, é importante e torna-se uma ferramenta de gestão ambiental preventiva e de longo prazo. As metodologias de redução, reaproveitamento e reciclagem economizam recursos naturais, desde a extração da matéria-prima até o descarte do produto ou embalagem. (MORETTI; LIMA; CRNKOVIC, 2011).

3 METODOLOGIA

O presente estudo teve como referencial os pressupostos da abordagem qualitativa. Segundo Bauer (2002) a abordagem qualitativa busca descobrir como as noções se instalam, qual a qualidade dos processos interativos e como um fato singular pode adquirir relevância em relação aos contextos mais amplos. “A pesquisa qualitativa é multimétodo por excelência e utiliza variadas fontes de informação”. (GODOI et al. 2010, p. 133).

O trabalho caracteriza-se como um estudo de caso, que para Alvez-Mazzotti (2006), os mais comuns são os que focam apenas uma instituição ou um pequeno grupo. Para a referida autora, o estudo de caso qualitativo estabelece uma investigação de um local específico, localizado em algum contexto, utilizando várias fontes de dados, oferecendo uma visão holística do fenômeno analisado.

A estratégia qualitativa utilizada vai de encontro ao mencionado por Merriam (1998), pois foi uma pequena amostra não escolhida ao acaso, conformando um desenho flexível da pesquisa, com obtenção de dados primários para desenvolver conclusões compreensivas e descritivas. Assim, o material empírico foi obtido através da análise dos documentos referentes a implantação do processo de compostagem e com entrevistas com os responsáveis pelo projeto.

O trabalho de campo desenvolveu-se em uma empresa familiar privada, localizada na região do litoral do estado de Santa Catarina, nos dias no mês maio de 2019. A justificativa para escolha da organização se deu conveniência, pelo fato de

uma das pesquisadoras fazer parte do quadro de funcionários da organização estudada.

4 RESULTADOS

A compostagem, não jogue nada fora, porque não existe fora, é um projeto desenvolvido pelos funcionários da empresa Distribuidora Müller Comércio e Representações Ltda localizada na cidade de Itajaí/SC e tem como objetivo dar uma destinação aos resíduos sólidos produzidos na cozinha da empresa. Com a preocupação de não jogar nada fora, “porque não existe fora”, entendemos que a gestão ambiental é uma preocupação e responsabilidade de todos.

O projeto de compostagem nasceu em 2017, quando a empresa tinha ideia dos malefícios dos agrotóxicos que utilizava no terreno ao seu entorno para combater “o mato/capim”, mas não tinha conhecimento do impacto que esses causam na saúde humana e ambiental.

Devido ao uso prolongado de agrotóxicos por ano, muitos desses venenos utilizados no Brasil, já foram banidos em outros países, devido à comprovação de seus efeitos por meio de órgãos legais, por casos de intoxicação aguda e crônica de trabalhadores e de pessoas que se alimentam de produtos contaminados por resíduos de agrotóxicos, além dos efeitos nocivos causados na cadeia alimentar.

Desde que a Distribuidora Müller começou a participar do Programa Selo Social promovido pela Prefeitura Municipal de Itajaí, vem buscando ampliar as ações já praticadas pela empresa, como reciclagem do lixo, projeto canequese para eliminar copos plásticos, programa de recolha de tampinhas plásticas e lacres solidários, entre outras.

Foi então que o setor de Recursos Humanos da empresa teve conhecimento de que poderia utilizar de forma adequada o material orgânico produzido diariamente, e começou a participar de formações e oficinas promovidas pelo projeto de extensão da Universidade do Vale de Itajaí. A empresa objeto de estudo disponibilizou os funcionários interessados para as formações promovidas pela equipe do projeto, na qual teve a participação de diversos colaboradores.

O projeto não joga nada fora, porque não existe fora, consiste no uso da técnica de compostagem a partir da conscientização de todos, para transformar restos orgânicos em húmus para adubar a horta e os jardins.

É importante destacar que o projeto de compostagem é uma ideia interna da organização, ou seja, não está vinculado a instituições públicas ou do terceiro setor. A preocupação da empresa em “não jogar nada fora, porque não existe fora”, é um projeto composto por ações que se complementam, norteadas pela política dos 3R’s: reduzir, reutilizar e reciclar.

Um dos fatores interessantes, é que este projeto não teve investimentos financeiros diretos. O maior desafio foi envolver e conscientizar os funcionários. A manutenção do projeto também não gera custos. Apenas a disponibilidade de funcionários voluntários no seu horário de trabalho para participar do processo de compostagem que acontece uma vez por semana, e algumas vezes um tempo maior despendido para reparos e aparos na pequena horta.

Atualmente, dois funcionários atuam diretamente e assiduamente no processo de compostagem, que ocorre uma vez por semana no final do expediente. Este processo conta com a destinação final de todos os resíduos, e também da colaboração dos demais materiais orgânicos que são trazidos por voluntários através do “baldinho solidário”.

O programa de compostagem da Distribuidora Müller tem o apoio da diretoria da empresa, apresenta boa aceitação entre os funcionários, é um projeto conhecido e consolidado pela equipe, reconhecido e certificado pelo Selo Social de Itajaí - SC. No quadro 01 é apresentado as etapas da implantação do programa de compostagem:

ETAPA	DESCRIÇÃO DO PROCESSO
01 ETAPA	A empresa identificou e sentiu a necessidade de mudar seu posicionamento quanto ao tratamento da terra e a respeito do material orgânico produzido diariamente, para atender aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.
02 ETAPA	Foram realizadas palestras de conscientização aos funcionários, com intuito de ampliar seus saberes sobre a agricultura sustentável.
03 ETAPA	Um grupo de funcionários participou de formações e oficinas com os temas: Agricultura Orgânica, Métodos de Compostagem, Manejo do Solo, Reaproveitamento de Resíduos Orgânicos, entre outras.
04 ETAPA	A empresa parou de utilizar agrotóxicos no tratamento da terra, e iniciou a roçar o mato, e o resíduo serviu de material orgânico para adubar a terra.

05 ETAPA	Foi construída a primeira composteira de leira, que teve como objetivo a obtenção rápida e melhores condições para a estabilidade da matéria orgânica.
06 ETAPA	Os funcionários foram incentivados a adotar o "Baldinho Solidário". Neste programa é disponibilizado baldinhos de margarina recolhidos de doação de padarias locais, e entregue aqueles que tem interesse para a coleta dos resíduos orgânicos nas suas casas.
07 ETAPA	Com o adubo da composteira, foi realizado o plantio de temperos, e a colheita da pequena horta é usada na cozinha para alimentação dos funcionários.
08 ETAPA	Toda sobra do material orgânico produzido pela cozinha diariamente é colocada na composteira, reduzindo a geração de resíduos, e incentivando práticas sustentáveis.

Quadro 1: Etapas de implantação do programa
Fonte: Autoras (2019).

Conforme observa-se no quadro 1, o processo de implantação do projeto de compostagem foi gradual. Iniciado em 2017, a partir do desejo da empresa em dar um destino adequado aos resíduos sólidos que produzia na cozinha terceirizada da organização, seguiu o caminho do cuidado com a terra e posteriormente a destinação correta dos resíduos sólidos, mudando as rotinas internas e a reorganizando os processos de descarte do "lixo".

Os administradores da empresa Distribuidora Müller despertaram interesse no processo de compostagem de resíduos orgânicos, porque possuem o restaurante dentro da empresa, que gera grande quantidade de material e que pode ser usado no processo de compostagem.

Não somente as cascas e folhagens de frutas, verduras e legumes que sobram do preparo dos alimentos posteriormente são utilizados no processo de produção do adubo para o manejo da horta, mas também, todo material recolhido no terreno da empresa como as folhas, galhos secos, podas de árvores e a grama e mato que são roçados em todo o entorno.

Diante da realidade atual de crescente consumo da sociedade e sua consequente geração de resíduos, torna-se imprescindível utilizar, em escala local, o reaproveitamento de matéria orgânica, como praticado pela Distribuidora Müller, que passa de um problema para determinadas empresas, para uma solução ambiental.

Toda a matéria orgânica utilizada para o cultivo também traz benefícios para o meio ambiente. Ela promove o equilíbrio ambiental, preserva a biodiversidade, os ciclos e as atividades biológicas do solo. Toledo (2007) salienta que do trabalho com os resíduos orgânicos obtêm como resultado um húmus de boa qualidade quanto à

constituição. Enquanto o adubo vendido no mercado possui três elementos, o originado da compostagem apresenta 14 diferentes elementos.

Quando a empresa objeto de estudo aplica palestras de conscientização aos funcionários, e estes se engajam no programa, a firma consegue atingir a política dos 3R's: reduzir, reutilizar e reciclar na prática. A utilização de resíduos orgânicos, produzidos no ambiente serviu como aprendizado de educação ambiental, bem como dos métodos/etapas da compostagem. (ANDRADE; PINHEIRO; OLIVEIRA, 2017).

Já o transporte dos resíduos recicláveis, é realizado por um caminhão de uma recicladora da cidade. A empresa vende esses materiais, e com a renda obtida investe na melhoria do seu ambiente externo.

Ademais, todo o material do jardim que é varrido, do gramado roçado, das folhas e galhos de árvores recolhidos, e os resíduos gerados da cozinha local são levados para o processo de compostagem, onde entram em decomposição. Aos funcionários cabem a conscientização de reduzir cada vez mais o lixo gerado, a colaboração no programa da empresa, e a correta separação dos resíduos em suas unidades de trabalho, facilitando o processo e o bom desenvolvimento do projeto.

Se cada um de nós tiver a conscientização que é necessário e urgente reduzir, reutilizar e reciclar, com certeza produziremos menos lixo no mundo. E toda vez que formos jogar alguma coisa fora, a questão que deve estar presente constantemente em nossa cabeça e instituído em nosso DNA, é de que não existe fora, ou seja, onde é fora?

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O relato apresentado foi realizado na empresa Distribuidora Müller Comércio e Representações LTDA, e teve como objetivo promover ações para a conscientização sustentável. A vivência dos funcionários nas oficinas de formação relacionadas a agricultura sustentável, meio ambiente, entre outras trouxeram um novo olhar para este público.

Por sua vez, a organização objeto de estudo conseguiu atingir seu objetivo que era aproveitar os resíduos gerados diariamente no processo de alimentação do trabalhador. Conseguiu ainda, atender suas maiores angústias, de modo que ocupou o espaço físico inutilizado com processo de compostagem, pequena horta orgânica e

pomar. Do mesmo modo que conseguiu fazer o descarte correto do material orgânico gerado diariamente pela cozinha/refeitório da empresa. E ainda, parou de utilizar fertilizantes químicos para matar capim dos pastos/jardim da firma.

Ademais, com este processo conseguiu atender os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que anualmente contribui para que seja certificada com o Selo Social da cidade em que atua.

Outro fator atendido foi alcançar a política dos 3R's: reduzir, reutilizar e reciclar. Pode ser observado na prática quando a empresa conscientiza os funcionários por meio de palestras a reduzirem o material orgânico produzido por ele, e ainda fazer o descarte correto do lixo, além de não utilizar e não fornecer mais copos plásticos no ambiente de trabalho. A composteira da empresa, diminuiu a quantidade de resíduos orgânicos que iriam para o aterro sanitário da cidade, trazendo benefícios ao meio ambiente e tendo um adubo natural para ser utilizado na horta orgânica e produção de alimentos saudáveis.

Pequenas ações e mudança de hábito são possíveis de serem implementadas no ambiente de trabalho. Basta um olhar socioambiental para que possamos contribuir cada vez mais com o planeta e conosco mesmos. Não podemos esperar por intervenções governamentais, é uma ação conjunta e principalmente de cada um de nós, portanto, o projeto é viável e pode ser aplicado em outras organizações.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J. **Usos e abusos dos estudos de caso**. Cadernos de Pesquisa, 36(129), Fundação Carlos Chagas, São Paulo, 2006.

ALVES, J. E.; MAÑAS, A. V. A vantagem competitiva por meio da responsabilidade socioambiental em indústrias do setor de eletroeletrônicos. In: VI CONVIBRA – Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2009. Disponível em: http://www.convibra.com.br/2009/artigos/133_0.pdf

ANDRADE B. N.; PINHEIRO J. de F.; OLIVEIRA E. M. de. A importância da produção orgânica para a saúde humana e o meio ambiente. **South American, Journal of Basic Education, Technical and Technological**. v.1, n. 1, p. 227-233, 2017.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BARBIERI, J. C., de VASCONCELOS I. F. G., ANDREASSI, T. & de VASCONCELOS, F. C. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, v. 50, n 2, p. 146-154, 2010.

- BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER M. W, GASKELL G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BERTÉ, R. **Gestão socioambiental no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Ano: 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil03/Constituicao/Constituicao.htm>
- BRASIL. Lei n. 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a política nacional de resíduos sólidos; altera a Lei n. 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Poder Legislativo, Brasília, DF, 3 ago. 2010. Seção 1, p. 3. Disponível em: <https://bitly/2HVJNdW>
- BRUNI, C. M.; SCHULTZ, O. W. Implicit beliefs about self and nature: evidence from an IAT game. **Journal of Environmental Psychology**, v. 30, p. 95-102, 2010.
- CARROLL, A. B. Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct. **Business and Society, Thousand Oaks**, v. 38, n. 3, p. 268-295, 1999.
- FOX, M. B. Civil liability and mandatory disclosure. Ano: 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.7916/D8Z31Z4h>
- GARCIA; et al. Qualidade da divulgação socioambiental: um estudo sobre a acurácia das informações contábeis nos relatórios de sustentabilidade. Ano: 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8069.2015v12n25p95>
- GODOY, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo, Saraiva, 2010.
- HODGE, M.; OCHSENDORF, J.; FERNÁNDEZ, J. Quantifying potential profit from material recycling a case study in brick manufacturing. **Journal of Cleaner Roduction**, v. 18, n.12, p. 1190-1199, 2010.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Responsabilidade Social Empresarial. 2000. Disponível em: <http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/1922148.pdf>
- KLEIN, J. & DAWAR, N. Corporate social responsibility and consumers: attributions and brand evaluations in a product-harm crisis. **International Journal of Research in Marketing, Amsterdam**, v. 21, n. 3, p. 203-217, 2004.
- LEITE, P. R. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. 2. ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2009.

MADEIRA, R. F. O setor de saneamento básico no Brasil e as implicações do novo marco regulatório para a universalização do acesso. **Revista BNDES**, v. 33, p. 123-154, 2010.

MERRIAM S. **Qualitative research and case study applications in education**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1998.

MOYSÉS FILHO, J. E.; RODRIGUES, A. L.; MORETTI, S. L. A. Gestão social e ambiental em pequenas e médias empresas: influência e poder dos stakeholders. **REAd. Revista Eletrônica Administração**, v. 17, n. 1, p. 204-236, 2011.

MORETTI, S. L. A.; CAMPANARIO, M. A. A produção intelectual brasileira em responsabilidade social empresarial - RSE sob a ótica da bibliometria. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 68, 2009.

MORETTI, S. L. do A.; LIMA, M. do C.; CRNKOVIC, L. H. Gestão de resíduos pós-consumo: avaliação do comportamento do consumidor e dos canais reversos do setor de telefonia móvel. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, v. 5, n. 1, p. 03-14, 2011.

Moura, L. A. A. **Qualidade e gestão ambiental**. São Paulo: Juarez de Oliveira. 2004.

NORMA BRASILEIRA - ABNT NBR 10004. **Resíduos sólidos**. 2004. Disponível em: <http://analiticaqmresiduos.paginas.ufsc.br/files/2014/07/Nbr-10004-2004-Classificacao-De-Residuos-Solidos.pdf>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Agenda 21**. Ano: 2002. Disponível em: goo.gl/bQVZm

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **The future we want**. Ano: 2012. Recuperado de goo.gl/oECfdZ.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Desenvolvimento sustentável**. Ano: 2016. Disponível em: goo.gl/xTyw73.

ORELLANO, V. I. F.; QUIOTA, S. Análise do retorno dos investimentos socioambientais das empresas brasileiras. **Revista Administração de Empresas**. São Paulo. v. 51, n. 5, p. 471, 2011.

PATO, C. M. L. (2004). **Comportamento ecológico**: relações com valores pessoais e crenças ambientais. Tese de doutorado não publicada. Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

PILLAI, R.; SHAH, R. Municipal solid waste management: current practices and futuristic approach. **SCMS Journal of Indian Management**, v. 11, n. 4, p. 72-79, 2014.

RAMIRES JR, S. P.; GALLARDO, A. L. C. F.; GABRIEL, M. L. D. DA S.; SHIBAO, F. Y. Responsabilidade socioambiental e o comportamento dos clientes na decisão de compra. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 16, n. 1, p. 35, 2018.

RESKE FILHO, A. A gestão socioambiental em uma empresa de transporte coletivo urbano no município de Santa Maria- RS. In: Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 2011, São Paulo. **Anais...** Eletrônico XIII Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente (ENGEMA).

RIBEIRO, P. E. da C. D.; PUENTE-PALACIOS, K. E.; FERREIRA, T. V. A. Responsabilidade socioambiental as organizações: uma medida de práticas organizacionais e endosso dos trabalhadores. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, v. 9, n. 1, p. 36-50, 2015.

ROCHA, D. C.; CERETTA, G. F.; BOTTON, J. S.; BARUFFI, L.; ZAMBERLAN, L. J. F. Gestão de resíduos sólidos domésticos na zona rural: a realidade do município de Pranchita – PR. **Rev. Adm. UFSM**, 5, Edição Especial, 699-714, 2012.

SANKOH, F. P.; YAN, X.; TRAN, Q. Assessment of solid waste management in freetown, sierra leone towards sustainable development. **AppliedSci.** v. 14, n. 22, p. 2909-2924, 2014.

SCANDELARI, V. R. N.; CUNHA, J. C. Ambidestralidade e desempenho socioambiental de empresas do setor eletroeletrônico. **Revista RAE**, v. 52, n. 2, p. 183-198, 2013.

SILVA, C. L. da; BIERNASKI, I. Planejamento e gestão de resíduos sólidos urbanos. **Gestão & Regionalidade**, v. 34, n. 101, 2018.

STERN, P.; DIETZ, T. The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues*, v. 56, p. 121-145, 1994.

SOUSA FILHO, J. M.; WANDERLEY, L. S. O.; FRANÇA, N. R. C. Estratégias de responsabilidade socioambiental empresarial: carrefour e pão de açúcar em abordagem comparada. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, v. 7, n. 4, p. 287-300, 2010.

Souza, M. T. S. **Organização sustentável**: indicadores setoriais dominantes para a avaliação da sustentabilidade e análise de um segmento do setor de alimentação. Tese de Doutorado, Escola de Administração de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2000.

TOLEDO, L. **Cidades e soluções**. Globonews. 2007.

TREVISAN, F. A. Balanço social como instrumento de marketing. **RAE Eletrônica** [online], v. 1, n. 2, p. 2-12, 2002.

VALERIO, D.; SILVA, T. C.; COHEN, C. (2008). Redução da geração de resíduos sólidos: uma abordagem econômica. In: Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia; Salvador. **Anais**. ANPEC, Niterói, 2008. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/>