RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA CADEIA DE SUPRIMENTOS DO TABACO NO BRASIL

SOCIO-ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY IN THE TOBACCO SUPPLY CHAIN IN BRAZIL

Silvana Mara Braga dos Santos
Professora da FMU – Faculdades Metropolitanas Unidas - SP

Carlos Eduardo Ferrari
Professor da Faculdade de Interação Americana – São Bernardo do Campo - SP

Gino Giacomini Filho
Coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Recebido em: 07/07/2008
Aprovado em: 15/10/2008

RESUMO

O presente artigo versa sobre a responsabilidade socioambiental organizacional (RSO) na cadeia de suprimentos (CS) do tabaco. O objetivo foi identificar, nas diversas etapas da cadeia de suprimentos, as ações da RSO, tomando-se como foco o fluxo interno do fumo no Brasil. A cadeia de suprimentos do tabaco oferece compatibilidade entre modelos de CS e de RSO, o que justificou essa abordagem. Este estudo exploratório baseou-se na pesquisa bibliográfica e mostrou que as etapas da cadeia de suprimentos do tabaco convivem com atividades de RSO, o que serviria de apoio para uma análise mais completa da CS do tabaco.

Palavras-chave: responsabilidade socioambiental, tabaco, cadeia de suprimentos.

ABSTRACT

This article presents the responsibility on socio-environmental organization (RSO) in the tobacco supply chain (SC). The objective was to identify the stages of the supply chain, the shares of RSO taking itself as the focus internal flow of smoke in Brazil. The tobacco supply chain offers compatibility between models of (SC) and RSO, which justified this approach. This exploratory study was based on literature search and found that the steps of the tobacco supply chain live together with activities of RSO, which would serve as support for a more complete analysis of the tobacco supply chain.

Keywords: social and environmental responsibility, tobacco, supply chain.

Endereços dos autores:

Silvana Mara Braga dos Santos
Rua Piauí, 490, apto 32 - Higienópolis - SP - CEP 01241-000 - e-mail: silvana.mara4@itelefonica.com.br

Carlos Eduardo Ferrari
Rua Adelmar Tavares, 261, bl. 7, ap. 13 - Vila Tibiriçá - Santo André-SP -e-mail: proferrari@uol.com.br

Gino Giacomini Filho
Rua Santo Antonio 50 - São Caetano do Sul-SP - CEP 09521-160 - email: giacomin@usp.br

1. INTRODUÇÃO

As organizações têm vivenciado inúmeras transformações na transição para o século XXI, motivadas por diversos fatores, entre eles o incremento das atribuições de responsabilidades socioambientais (RSO), já que as atividades de produção e comércio promovem impactos na sociedade e no meio ambiente. Tais efeitos podem ser visualizados nos *stakeholders*, pois as atividades empresariais afetam públicos de interesses diversos, como clientes, fornecedores e comunidade (Sarbutts, 2003).

De outro lado, observa-se que a gestão organizacional tem adotado uma perspectiva holística; nesse sentido, os processos de produção e demanda de produtos e serviços são monitorados e concebidos ao longo de uma cadeia de suprimentos (CS), formada por estágios característicos com o propósito de agregar valor ao consumidor (Ballou, 2006).

Portanto, se a RSO tornou-se essencial para as organizações e a gestão organizacional apóia-se na CS, é de se supor que a condução dos estágios ou etapas da cadeia de suprimentos contemple atividades de RSO.

Discutir a responsabilidade social na CS é algo extremamente complexo, devido à amplitude e ao encadeamento das relações estabelecidas entre os diversos agentes da própria cadeia. De um lado, a gestão da RSO tem apurado que não basta exigir posturas éticas de uma empresa se seus fornecedores ou intermediários não são socialmente responsáveis: nesse sentido, a RSO precisa estar presente em toda a cadeia de suprimentos, conforme salientaram Aligreri, Aligreri & Câmara (2002). De outro lado, Bakker & Nijhot (2002) argumentaram que a CS não pode estabelecer-se apenas num plano técnico ou logístico, mas deve também atender à nova ordem social em que a RSO precisa estar inserida. Portanto, a conexão entre cadeia de suprimentos e RSO é estabelecida por interesse de ambas as partes.

O objetivo do artigo é o de identificar, nas diversas etapas da cadeia de suprimentos, ações da responsabilidade socioambiental organizacional, tomando como foco o fluxo interno do tabaco no Brasil.

Trata-se de um estudo com delineamento exploratório e uso de pesquisa bibliográfica empreendida no segundo semestre de 2007. O uso de referências teóricas foi fundamental para colher elementos que sustentassem a compatibilidade entre os modelos de cadeia de suprimentos e de RSO. O referido uso foi também imprescindível para a construção dos modelos de cadeia de suprimentos do tabaco e de RSO. Considerando-se que o objeto de estudo apóia-se na confluência entre a CS do tabaco e respectivas ações de RSO, tal associação foi viabilizada por meio de fontes documentais, tais como *sites*, relatórios e normas vigentes, o que, para Gil (2002), também se insere no âmbito da pesquisa bibliográfica.

O uso de *sites* corporativos, relatórios de pesquisa, diplomas legais, textos em jornais e magazines foi necessário para documentar e exemplificar ações de RSO atreladas especificamente à CS do tabaco, isso porque seria demasiadamente complexo encontrar, na produção teórico-científica, essa justaposição, considerando a realidade brasileira.

Ressalta-se que o propósito deste trabalho não é valorar nem elencar todas as conexões entre a RSO e a CST, mas ilustrar ocorrências da RSO na CST, conforme o objetivo enunciado.

O ramo do tabaco (ou fumo) foi escolhido por apresentar uma CS complexa, relevante e contestada socialmente por entidades brasileiras; isso porque, além de envolver atividades (fumicultura, varejo, indústria) nos três diferentes setores econômicos, atinge o consumidor final com um produto de ampla contestação, em face dos problemas de saúde que tem acarretado a seus usuários (Etges & Ferreira, 2006). Porém, este trabalho não tem intenção de valorar as atividades de RSO por parte do *trade* do tabaco. O intuito é demonstrar que, se a análise da cadeia de suprimentos agregar os modelos e as atividades de RSO, poderá obter elementos adicionais no sentido de aperfeiçoar o processo de gestão.

2. CADEIA DE SUPRIMENTOS

De acordo com Hertz (2006), uma cadeia de suprimentos é definida como uma rede de organizações envolvidas em fluxos ascendentes e descendentes dos subfornecedores aos clientes. Segundo Chopra & Meindl (2003), a cadeia de suprimentos engloba todos os estágios envolvidos, direta e indiretamente, no atendimento a um pedido de um cliente. Para eles, a cadeia não inclui apenas fabricantes e fornecedores, mas também transportadoras, depósitos, varejistas e os próprios clientes. Tais autores estabeleceram, ainda, que a cadeia de suprimentos possui cinco ciclos: fornecedor, fabricante, distribuidor, varejista e cliente. Já Pires (2004) estabeleceu seis elos: fornecedor de

segunda camada, fornecedor de primeira camada, empresa, distribuidor, varejista e cliente final.

Christopher (1997) argumentou que a cadeia de suprimentos pode ser entendida como a gestão e a coordenação dos fluxos de informações e materiais entre a fonte e os usuários como um sistema de forma integrada. A ligação entre cada fase lastreia-se na otimização, em que os produtos e materiais se deslocam em direção ao consumidor; ou seja, enquanto se reduzem os custos e promovem-se os ativos detidos no fluxo logístico, busca-se a maximização do serviço ao cliente.

Para Cooper *et al*. (1997), o gerenciamento da cadeia de suprimento é definido como a integração de todos os processos da cadeia até o consumidor final, por meio de fornecedores que proporcionam produtos, serviços e informações que agregam valor aos seus clientes. Portanto, tal conceituação diferencia-se da definição de canal de distribuição, sendo ainda necessário que exista, dentro da gestão da cadeia de suprimentos, um compartilhamento de informações por todas as empresas constituintes, pois este compartilhamento permitirá o reconhecimento das implicações sistêmicas e estratégicas das atividades envolvidas nos fluxos compreendidos.

Segundo Aligleri, Aligleri & Câmara (2002), o consumidor pode ser inserido na CS visto que a legitima com as relações de compra e consumo, o que demanda, por parte da cadeia, como um todo, um trabalho de informação correto, ético e transparente.

Devido ao contexto sistêmico, caso não ocorra esse envolvimento, a empresa produtora corre o risco de ser penalizada com a perda de uma boa imagem corporativa e de competitividade, devido à ineficiência da cadeia produtiva na qual está inserida, algo que passa a constituir parte de suas responsabilidades sociais (Aligleri, Aligleri & Câmara, 2002).

A CS pode ser sumariamente apresentada por meio de cinco grandes elos, de acordo com Poirier & Reiter (1996): as fontes, que seriam as organizações que oferecem os insumos iniciais do ciclo de produção; os fornecedores, que se encarregariam do processamento dos insumos, de forma a constituí-los em matéria-prima para a industrialização; os fabricantes, que teriam a incumbência da transformação da matéria-prima em produtos finais; os distribuidores/varejistas, que seriam agentes responsáveis pela entrega dos bens aos consumidores; e, por fim, os consumidores, que avaliariam e tornariam mercadologicamente viáveis os produtos sendo que, no procedimento de descarte dos bens, poderiam gerar insumos para retroalimentar o processo de produção.

Como pôde ser visto, há diferentes modelos de cadeia de suprimentos não só quanto à sua complexidade, mas também quanto ao número de elos que pode conter. Para o presente estudo, será considerado o modelo de Poirier & Reiter (1996), representado no Quadro 1. Trata-se de um modelo razoavelmente completo por contemplar boa parte dos conceitos e das estruturas dos modelos anteriores e suficientemente simples por envolver apenas as etapas tangíveis de uma CS.

3. CADEIA DE SUPRIMENTOS DO TABACO (CST)

A CST pode ser sumariamente apresentada segundo o modelo citado de Poirier & Reiter (1996), conforme mostra o Quadro 2.

3.1. Fontes de insumos e fumicultores

A planta do fumo (pertencente à família *solanaceae*), ou tabaco, teria sido inicialmente utilizada pelos povos indígenas da América, porém seu uso intensificou-se a partir do século XIX, de acordo com

Quadro 1: Modelo de cadeia de suprimentos

Fontes	→ Fornecedores	→ Fabricantes	→ Distribuidor varejista	→ Consumidor

Fonte: Poirier & Reiter (1996).

Quadro 2: Cadeia de suprimentos do tabaco

Fontes	→ Fornecedores	→ Fabricantes	→ Distribuidor varejista	→ Consumidor
Fontes de insumos	→ Fumicultores	→ Indústria do tabaco	→ Atacadista/ pontos de venda	→ Fumantes

Fonte: adaptado de Poirier & Reiter (1996).

Lima (2006). As duas primeiras etapas da CST são as fontes de insumos e os fumicultores. As fontes de insumos correspondem aos fornecedores de sementes do fumo, adubos, assistência técnica de agrotóxicos etc.; os fumicultores são os produtores rurais ou as organizações incumbidas da plantação, do tratamento e do fornecimento da folha de fumo, que envolve as etapas de preparo das mudas, plantação e transplante, fertilização, acompanhamento do crescimento, colheita e colocação em secadores. Em muitos casos, as sementes, com suas respectivas características de variedades, são fornecidas pelas indústrias (Lima, 2006).

Uma avaliação do Departamento de Estudos Socioeconômicos Rurais – Deser, de 2002, apontou que 2,1 milhões de pessoas estavam envolvidas na cadeia produtiva do tabaco no Brasil e quase a totalidade da produção brasileira de fumo (96,4%) concentrava-se na região Sul, destacando-se o Estado do Rio Grande do Sul, com quase 52% da produção nacional (Deser, 2003). Esse mesmo trabalho apurou que, no ano de 2001, o preço do cigarro era partilhado em 65,5% com tributos, 23,5% de margem da indústria, 8,5% de margem do varejo e 2,5% de margem do fumicultor.

Segundo Ferreira (2006: 145), as relações entre produtores rurais e empresas industriais são reguladas por contrato "(...) que estabelece o vínculo individualizado de cada produtor com apenas uma empresa industrial, para a qual entrega o seu produto no final da safra". O mesmo pesquisador apurou que, na região do Vale do Rio Pardo (Estado do Rio Grande do Sul), maior produtora de tabaco no Brasil, a maioria das famílias cultiva o produto, em média, há 56,6 anos e, segundo enquete feita com os produtores locais, 74,7% deles gostariam de trabalhar em outra atividade e 78,8% consideravam o trabalho na cultura do fumo perigoso à saúde, mas 67% justificaram estar na atividade em função do "dinheiro fácil" e da rentabilidade, pesando para isso a "venda garantida" (45,1%).

Projeções da safra 2007/2008 indicam a produção de 703 mil toneladas de fumo, em 344 mil hectares, por 182 mil famílias produtoras, reforçando ser a produção do tabaco algo relativo a pequenos e médios produtores (Sindifumo, 2007).

3.2. Indústria do tabaco

A indústria do tabaco é o conjunto de organizações que se encarregam da transformação do tabaco *in natura* em produto a ser consumido pelos fumantes, notadamente o cigarro. Além de promover a mistura de tipos de fumos, agrega elementos como filtro, papel, embalagem, rótulo e outros suportes de *marketing*, como os sistemas promocionais. Há, também, a indústria que processa a folha do fumo, que, no modelo de Pires (2004), seria o fornecedor de primeira camada, setor que, neste estudo, não será considerado, tendo em vista seu papel intermediário na cadeia de suprimentos.

No Brasil, a produção está concentrada na região Sul do País, e sua maior parte encontra-se vinculada ao capital internacional, basicamente dividido entre a Cia. Souza Cruz (British American Tobacco), com participação de cerca de 75% do mercado, e a Philip Morris, que detém cerca de 15% (Grinbaum, 2006).

Aproximadamente 80% da produção do tabaco do Sul do País é exportada, já que sobre essa operação incidem menos encargos dos que chegam ao produto comercializado internamente no Brasil, pois 66% do preço de uma carteira de cigarros corresponde a impostos (Etges & Ferreira, 2006).

3.3. Atacadistas e pontos de venda

Consistem nas organizações que fazem a intermediação e a comercialização do tabaco industrializado até o consumidor final, destacando-se atacadistas e varejistas. Os produtos do fumo podem ser distribuídos e comercializados por estabelecimentos especializados (tabacarias) ou genéricos (bares, supermercados etc.). Segundo Parente *et al*. (2004), o setor varejista mostra algumas práticas inovadoras, caso do investimento no capital humano e na profissionalização, da conscientização ambientalista e de práticas genéricas de responsabilidade social.

Para Iglesias (2006), não existe possibilidade de estabelecer-se precisamente a ocupação no comércio atacadista ou varejista do fumo. Para exemplificar, o autor argumentou que a Rais (Relação Anual de Informações Sociais) e o Cadastro Geral de Empresas (CGE) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) classificam o pessoal ocupado na comercialização do fumo junto com os ocupados na comercialização de produtos alimentícios e bebidas. Segundo o CGE, em 2001, havia 530 mil pessoas trabalhando no setor de varejo, no segmento de alimentos, bebidas e fumo (segmento ABF), o que corresponderia a cerca de 10% do total no setor varejista. No setor atacadista, esse total foi, aproximadamente, de 300 mil pessoas, mas correspondendo a quase 30% do total desse setor.

Embora o comércio exterior do tabaco brasileiro seja significativo (perto de 85% do fumo é exportado, além da importação do produto industrializado), tal comércio não será abordado no presente estudo em função da delimitação proposta.

Muitas normas federais restringem a venda e a comercialização de produtos aos menores de idade, dentre elas o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) e o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90), além de legislações estaduais e municipais específicas para o tabaco, caso da Lei nº 11.467, de 13 de janeiro de 1994, sancionada pela Prefeitura do Município de São Paulo, que proíbe a comercialização de cigarros, cigarrilhas, charutos e produtos de fumo dentro dos estabelecimentos escolares da rede de ensino público.

3.4. Fumantes

O hábito de consumir o tabaco existe há séculos e esteve ligado a liturgias ou consumo hedonista. Para os usuários, ele pode estar ligado à obtenção de *status*, prazer, aceitação social ou, no caso de alguns adolescentes, ao desafio de usos e costumes. Quer por influência familiar ou de amigos, quer por iniciativa própria ou por imitação aos produtos da mídia, o consumo do tabaco pode se restringir a uma experiência momentânea ou concretizar-se como dependência por muitos anos, fato o qual se associam a várias doenças.

O tabagismo contribui para "40 a 45% de todas as mortes por câncer, 90 a 95% das mortes por câncer de pulmão, 75% das mortes por doenças pulmonares obstrutivas crônicas (DPOC) e cerca de 20% das mortes por doenças cardiovasculares, entre homens de 35 a 69 anos de idade, nos países desenvolvidos" (WHO, 1999, *apud* Brasil, 2004: 1).

Contabilizam-se, no Brasil, 21 milhões de fumantes, porém a prevalência do tabagismo caiu de 35%, em 1989, para 16%, em 2006, ano em que aproximadamente 20% dos homens e 13% das mulheres fumavam; o consumo total por adulto, incluindo as vendas ilegais de cigarros, caiu de 1,7 mil por ano, em 1990, para 1.175 cigarros, no período 2003-2005 (Iglesias *et al*., 2007).

4. A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL ORGANIZACIONAL (RSO) EM RELAÇÃO AOS *STAKEHOLDERS*

Para Daft (1999: 88), responsabilidade social é "(...) a obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem-estar e os interesses da sociedade e da organização". Bakker & Nijhof (2002) entenderam que a RSO insere-se na cadeia de suprimentos uma vez que a gestão do ciclo de vida de um produto (CVP) deve contemplar os impactos sociais decorrentes de cada etapa de atividades, que culmina com a colocação do produto no mercado. Para eles, um consumidor de café pode optar pela marca que preza o meio ambiente ou pela maneira com que lida com seus trabalhadores. Chehebe (1998) também estipulou que o ciclo de vida de um produto deve estar atrelado a um propósito de desenvolvimento sustentável; estabeleceu, ainda, que o CVP deve possuir os seguintes estágios: matérias-primas, manufaturas, embalagem, transporte, uso/reuso e reciclagem/recuperação. De forma correlata, a apreciação do CVP do tabaco apresenta estágios afeitos a impactos socioambientais que podem ser geridos no contexto da CST.

Conforme Schommer (2000) e Schommer *et al*. (1999), o conceito de responsabilidade social corporativa parte do princípio de que a atividade empresarial contempla compromissos com toda a cadeia produtiva da empresa, como clientes, funcionários e fornecedores, por exemplo, bem como as comunidades, os ambientes e a sociedade como um todo. Esses elementos, no escopo da RSO, seriam *stakeholders*, tratando-se de sistemas que possam ser significativamente afetados pelas atividades, produtos e/ou serviços da organização, e cujas ações possam afetar significativamente a capacidade da organização de implementar suas estratégias e atingir seus objetivos (GRI, 2006).

A norma brasileira NBR 16001 definiu "responsabilidade social" como "relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando ao desenvolvimento sustentável" (ABNT, 2004: 3). Dessa forma, verifica-se um reforço conceitual no sentido de que a responsabilidade social deva contemplar as partes interessadas, ou *stakekolders*.

Não há consenso sobre quais *stakeholders* devam integrar a RSO. Mattar (2004) indicou os seguintes: comunidade, meio ambiente, clientes, acionistas, distribuidores, fornecedores, empregados e concorrentes. Já Melo Neto & Froes (2001) consideraram os subseqüentes: comunidade, meio ambiente, consumidores, concorrentes, governo, parceiros e sociedade global. Schick *et al*. (1985), por sua vez, apontaram estes:

empregados, consumidores, financiadores, fornecedores, governo, grupos ambientais e comunidade.

Baseando-se nos modelos de Mattar (2004), Melo Neto & Froes (2001), Schick *et al*. (1985), o presente estudo operacionaliza o modelo de *stakeholders* a ser usado na correlação entre a RSO e a cadeia de suprimentos do tabaco, considerando, como integrantes, **público interno** (funcionários, diretores, acionistas), **fornecedores** (parceiros, fornecedores, intermediários), **clientes finais**, **comunidade** (vizinhança, Poder Público, sindicatos, mídia etc.) e **meio ambiente**.

4.1. Público interno

A empresa socialmente responsável respeita os direitos dos trabalhadores e funcionários, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da OIT (Organização Internacional do Trabalho), investe no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados e colaboradores internos, oferece remuneração adequada e boas condições de trabalho. A organização deve conduzir adequada governança corporativa, tendo em vista interesses de acionistas e partes interessadas.

4.2. Fornecedores

A empresa socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores, parceiros e intermediários, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Os fornecedores precisam atender aos quesitos de qualidade, livre concorrência, informação, ética e responsabilidade na oferta de insumos, produtos e serviços a quem os contrate, tendo em vista também os impactos socioambientais que podem acarretar.

4.3. Clientes finais

A responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o desenvolvimento de produtos e serviços adequados, que minimizem os riscos de danos, inclusive à saúde. O trabalho de *marketing* precisa guiar-se por ações e informações corretas e pertinentes não somente nas embalagens e pontos de venda, como também nos meios de comunicação em geral. A empresa deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas legítimas necessidades. Na oferta de seus produtos, precisam respeitar minorias, crianças e jovens, pessoas com deficiências e demais segmentos fragilizados.

4.4. Comunidade

A vizinhança, o Poder Público, sindicatos e a mídia são segmentos sociais, dentre outros, que contribuem e impactam decisivamente os negócios. Nesse sentido, são importantes as ações socialmente responsáveis para com a comunidade vizinha (respeito aos costumes, geração de emprego, qualidade de vida), o Poder Público (cumprimento de normas e orientações), sindicatos (parceria proativa) e a mídia (transparência nas informações e responsabilidade na comunicação).

4.5. Meio ambiente

O meio ambiente é um sistema natural em que os seres abiótipos e biótipos (inclusive o homem) convivem em equilíbrio. A RSO estende-se aos impactos gerados em todo ambiente físico e a todos os efeitos sobre a flora e fauna, inclusive sobre nativos e comunidades. A empresa precisa comprometer-se com o manejo sustentável das matas e dos recursos naturais.

5. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL ORGANIZACIONAL (RSO) NA CADEIA DE SUPRIMENTOS DO TABACO (CST)

O presente trabalho apresentou, inicialmente, modelos de cadeia de suprimentos e de RSO. Considerando a CST, apontam-se ações de RSO na CST por meio de pesquisa bibliográfica com documentos de "primeira mão" e "segunda mão" (Gil, 2002), caso de relatórios, normas/leis, *sites*, textos em jornais e magazines. Ressalta-se que o propósito desta construção não é valorar nem elencar todas as conexões entre a RSO e a CST, mas ilustrar ocorrências da RSO na CST, conforme o objetivo enunciado.

5.1. Fontes de insumos e fumicultores

A colheita do fumo, tanto do fumo convencional quanto do orgânico, pode causar problemas de saúde aos trabalhadores. No caso do fumo tradicional, a situação se agrava em virtude da utilização de agrotóxicos que, se usados inadequadamente, provocam diversos males à saúde humana e ao meio ambiente. Pesquisas apontam para a existência da "doença do tabaco verde", resultante da exposição dos agricultores à nicotina, durante a colheita da folha do fumo, conforme relatou Biolchi (2005). Ainda no âmbito funcional, há a Portaria nº 6 do Ministério do Trabalho e Emprego (05/02/2001), que proíbe o trabalho do

menor de 18 anos na colheita, no beneficiamento ou na industrialização do fumo.

Segundo estudo de Torres (2006), a fumicultura ficou entre os cinco cultivos de maior uso de pesticidas por hectare no Brasil. Porém, considerando a região do Vale do Rio do Pardo (RS), o pesquisador concluiu que a atividade não tem poluído os mananciais dessa grande região produtora, fruto de orientação no uso de agrotóxicos, planejamento agrário e uso de tecnologias apropriadas. O autor sustentou que o plantio do fumo também não é responsável pelo desflorestamento, notadamente na região mencionada, a ponto de registrar aumento na área de florestas na região que abriga a fumicultura. Lobo *et al*. (2006) argumentaram que o fumicultor recebe um pacote tecnológico para todo o processo de plantio, o que racionaliza o uso de agrotóxicos e diminui os riscos para os que manipulam tais insumos.

O setor tabagista oferece considerável número de empregos, já que algo em torno de 2,1 milhões de pessoas podem estar envolvidas na cadeia produtiva do tabaco no Brasil (Deser, 2003).

De outro lado, Backer (2007) informou haver movimentos nos próprios centros produtores para substituir a cultura do fumo por outras, caso do Movimento Antifumo em Santa Cruz do Sul. Conforme o Sindicato da Indústria do Fumo (Sindifumo, 2007b), o Programa Fumo Limpo, que tem a adesão das grandes indústrias do setor, tem como objetivo informar e orientar os produtores sobre a importância da produção de fumos livres de qualquer impureza ou toxidade, a fim de beneficiar o consumidor, caso de utilização exclusivamente de insumos recomendados.

5.2. Indústria do tabaco

Mokhiber (1995) e Backer (2007) atribuíram à indústria do tabaco responsabilidade direta pelos males infringidos pelo produto à sociedade moderna. Tais autores sustentaram que ações de *lobby* junto aos governos, intensas campanhas de *marketing* na mídia e uso do poder econômico nos tribunais impedem restrições mais eficazes quanto às conseqüências negativas do produto.

Tendo em vista as pesadas críticas de segmentos sociais sobre os malefícios do tabaco, as indústrias têm procurado fazer trabalhos para uma atuação sustentável, trabalhos estes que parecem contraditórios, tendo em vista que essas indústrias trabalham com um produto prejudicial à saúde, de acordo com a visão de Bueno (2005). O autor destacou também que a comunicação de *marketing* das indústrias do setor tem atuado de forma agressiva com os consumidores e tem sido pouco transparente com a mídia sobre os efeitos nocivos de seus produtos.

Backer (2007), porém, destacou que as indústrias de tabaco no Brasil também possuem ações afirmativas de RSO, caso da Philip Morris, que desenvolve projetos corporativos para evitar o acesso ao consumo de cigarros pelos menores de idade, além de implementar atividades de alfabetização de adultos, melhoria da qualidade do ensino público fundamental, prevenção e erradicação do trabalho infantil. Segundo o autor, a empresa também desenvolve um amplo trabalho de comunicação interna com os funcionários, no sentido de implantar um diálogo contínuo e transparente.

As indústrias procuram estabelecer parecerias já que o campo da RSO é bastante complexo. A Philip Morris Brasil, por exemplo, concluiu a primeira aplicação do projeto Varejo Responsável *On-line*, por meio do qual cerca de mil varejistas tiveram noções sobre leis que regulamentam a comercialização de cigarros no País (Sindifumo, 2007a).

5.3. Atacadistas e pontos de venda

Backer (2007) explicitou a existência de diversos diplomas legais que condicionam a comercialização de produtos de tabaco, caso da proibição da venda por via postal, distribuição de amostra ou brinde, comercialização em estabelecimentos de ensino e saúde, venda pela Internet, venda a menor de idade, venda fracionada. O autor relata que estabelecimentos do atacado e varejo foram instigados a manter contratos de exclusividade com certas indústrias, o que motivou investigação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – Cade, do Ministério da Justiça, em 2006.

O cigarro é, em grande parte, distribuído e vendido em locais não-exclusivos para o produto; a venda em padarias, lanchonetes e bares pode ocorrer ao lado de chocolates e balas, o que, para Backer (2007), configura uma atitude contraditória em relação à postura de dificultar a venda aos menores de 18 anos, embora os pontos de venda mantenham cartazes com advertência nesse sentido, por meio do programa Varejo Socialmente Responsável, em parceria com a Fundação Getulio Vargas.

Já o programa Convivência em Harmonia sustenta que a fumaça de cigarro no ambiente interno de hotéis e restaurantes não seria tão preocupante, a ponto de propor que estabelecimentos ofereçam espaços próprios para fumantes e não-fumantes (Backer, 2007). Essa alternativa, por exemplo, desconsidera os garçons ou funcionários, que se submetem a um consumo passivo do produto.

Iglesias *et al*. (2007) considerou que o consumidor e a comunidade (governo, contribuintes) perdem muito com a pirataria envolvendo a venda de cigarros, algo que tem a ver com a postura de comerciantes legalizados e informais, no sentido de ignorarem a fonte dos produtos. Tal comércio expõe consumidores a produtos de qualidade duvidosa, além de servir como sonegação de impostos. Para contornar a pirataria, a Instrução Normativa nº 396, de 06/02/2004, da Secretaria da Receita Federal, estabelece controle sobre a distribuição, a exportação e a importação de cigarros.

5.4. Fumantes

A RSO em relação aos fumantes decorre de seu papel retroalimentador do processo da CST. Nesse caso, os fumantes podem ter papel decisivo na *performance* das organizações perante seus *stakeholders*: fornecedores, clientes internos, comunidade, meio ambiente e público interno.

Há fornecedores de piteiras, isqueiros, estojos, embalagens e diversos acessórios, com o propósito de completar um ritual sofisticado para o ato de fumar, o que, por vezes, contraria as políticas governamentais e até as próprias indústrias, no sentido de diminuir o consumo do tabaco em certos segmentos sociais, algo previsto pela Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco da Organização Mundial de Saúde de 2003, que foi assinada pela Brasil.

O ato de fumar em quaisquer ambientes tem contribuído com doenças diversas (sistemas respiratório e cardiovascular) não somente nos fumantes, mas também nos fumantes indiretos (WHO, 1999, *apud* Brasil, 2004).

Segundo Iglesias *et al*. (2007), no Brasil, o número de internações atribuíveis às doenças derivadas do uso do tabaco cresceu de forma significativa no período de 1996 a 2005. Os custos totais com hospitalizações foram de R$ 1,1 bilhão (cerca de US$ 600 milhões), que corresponderam a 8% dos custos hospitalares de adultos acima de 35 anos.

No Brasil, a Lei nº 9.294 (15 de julho de 1996) e a Lei nº 10.167 (27 de dezembro de 2000) ampliaram as restrições à venda de produtos do tabaco, inclusive banindo a propaganda pelos meios de comunicação de massa e estipulando que a comunicação do produto ao consumidor contenha advertência sobre os malefícios do produto.

O Programa Nacional de Controle do Tabagismo consiste em uma política de governo para reduzir o tabagismo na população brasileira, que inclui vigilância, legislação e incentivos econômicos, além de educação em escolas, em locais de trabalho e nas unidades de saúde. (Iglesias *et al*., 2007).

O consumismo do produto, seja por opção do usuário, seja por pressão de grupos sociais ou, ainda, pelo trabalho de *marketing* dos fabricantes, tem sido contornado por diversas leis, algumas delas restringindo o uso do produto em ambientes fechados, como escolas, aeronaves e trabalho, enquanto outras dificultam aos jovens ter acesso ao produto (Backer, 2007).

A Portaria nº 442 e a Portaria nº 1.035, respectivamente da Secretaria de Atenção à Saúde (13 de agosto de 2004) e do Ministério da Saúde (31 de maio de 2004), ampliaram o acesso ao tratamento do tabagismo.

6. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse artigo foi o de identificar, nas diversas etapas da cadeia de suprimentos (CS), ações da responsabilidade socioambiental organizacional, tomando como foco o fluxo interno do tabaco no Brasil.

A CS do tabaco foi expressa por meio de cinco elos: fontes de insumos, fumicultores, indústria do tabaco, atacadistas nos pontos de venda e fumantes. Já a RSO foi representada pelas ações nos *stakeholders*, ou seja, público interno, fornecedores, clientes finais, comunidade e meio ambiente.

Nesse sentido, foi possível registrar que, em todos os elos da cadeia de suprimentos do tabaco, houve ocorrência de ações de responsabilidade socioambiental organizacional (RSO), representada pelos impactos nos *stakeholders*.

O resultado mostra que a cadeia de suprimentos do tabaco exemplifica um sistema de administração integrada em que a RSO tem transitado em todo o processo de gestão. Tanto as ações de RSO positivas quanto as negativas são detectadas na CS do tabaco, o

que deve propiciar ao setor uma análise mais detalhada das organizações e suas relações, tendo em vista um cenário atual marcado pela grande competitividade e por interesses dos *stakeholders*. A efetivação de uma CS pode prever temáticas da RSO não apenas na CS do tabaco, mas talvez em todos os setores.

A cadeia de suprimentos precisa ter seus integrantes atuando de forma consistente e responsável, pois a *performance* negativa de apenas um desses elos pode comprometer a imagem e a credibilidade do sistema com um todo.

Constata-se, também, que a alocação de atividades de RSO na CS do tabaco propicia uma análise mais completa dos fluxos existentes, até porque a percepção de negócios sustentáveis apóia-se na existência de uma cadeia de suprimentos socialmente responsável.

Os resultados apontados não podem ser generalizados e se aplicam apenas aos propósitos enunciados. Por ser um trabalho exploratório, foi possível obter alguns avanços sobre o objeto de estudo e, nesse sentido, podem ser propostas questões para futuros trabalhos. Uma delas seria a construção de um modelo que abrigasse concomitantemente os elos da cadeia de suprimentos e ações de responsabilidade socioambiental corporativa, algo que poderia ser aplicável na análise das cadeias de suprimentos de forma geral. Outra questão que poderia ser aprofundada em uma pesquisa descritiva seria apurar ocorrências de ações de RSO positivas e negativas em todos os elos da cadeia de suprimentos do tabaco no Brasil, algo que vem sendo alvo de muitas inquietações tanto por parte do *trade* do fumo como por parte da sociedade, inquietações estas que têm sido mais conduzidas por manifestações emocionais do que lastreadas em parâmetros científicos.

REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira das Normas Técnicas. *NBR 16001*. Responsabilidade social - sistema da gestão - requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2004. 11 p.

Aligleri, Lílian; Aligleri, Luiz & Câmara, Márcia. Responsabilidade social na cadeia logística: uma visão integrada para o incremento da competitividade. *In*: XXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnAnpad. *Anais...* Recife: Anpad, 2002. p. 1-14.

Bakker, Frank & Nijhof, André. Responsible chain management: a capability assessment framework. *Business Strategy and the Environment*, Chichester, n. 11, n. 1, p. 63-75, janeiro/fevereiro, 2002.

Ballou, Ronald. *Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial*. Porto Alegre: Bookman, 2006.

Backer, Ribeiro. 2007. *O mundo de Marlboro:* a comunicação corporativa na Philip Morris Brasil. 176 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo: Umesp.

Biolchi, Marilza. Seminário "O futuro da fumicultura no Brasil". *Boletim do Deser*, Curitiba: Departamento de Estudos Socioeconômicos Rurais, n. 145, p. 27-30, agosto, 2005.

Brasil. Instituto Nacional do Câncer – Inca. *Vigescola* – vigilância de tabagismo em escolares. Rio de Janeiro: Ministério da Saúde/Inca, 2004.

Bueno, Wilson. *Comunicação empresarial no Brasil:* uma leitura crítica. São Paulo: All Print/Comtexto, 2005.

Chehebe, José R. B. *Análise do ciclo de vida de produtos* – ferramenta gerencial da ISO 14.000. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

Chopra, Sunil. & Meindl, Peter. *Gerenciamento da cadeia de suprimentos*. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

Christopher, Martin. *Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos*. São Paulo: Pioneira, 1997.

Cooper, Martha; Ellram, Lisa; Gardner, John & Hanks, Albert. Meshing multiple alliances. *Journal of Business Logistics*, Oak Brook, v. 18, n. 1, p. 67-89, 1997.

Daft, Richard L. *Administração*. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

Deser – Departamento de Estudos Socioeconômicos Rurais. A cadeia produtiva do fumo. *Contexto Rural*, Curitiba, v. 3, n. 4, p. 6-50, dezembro, 2003.

Etges, Virgínia E. & Ferreira, Marcos A. F. (Orgs.). *A produção de tabaco:* impacto no ecossistema e na saúde humana na região de Santa Cruz do Sul/RS. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006.

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Marcos A. F. Os produtores de fumo da bacia do Rio Pardinho: o codidiano subalterno e a difícil mudança. *In*: ETGES, Virgínia E. & FERREIRA, Marcos A. F. (Orgs.). *A produção de tabaco:* impacto no ecossistema e na saúde humana na região de Santa Cruz do Sul/RS. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006. p.142-169.

GRI – GLOBAL REPORTING INITIATIVE. *Diretrizes para relatório de sustentabilidade*. 2006. Disponível em: <http://www.globalreporting.org>. Acesso em: 23 de maio de 2007.

GRINBAUM, Ricardo. Com novo comando, Philip Morris vai ao ataque contra a Souza Cruz. *O Estado de S. Paulo*. Caderno de Economia, 03 de novembro de 2006.

GIL, Antonio C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

HERTZ, Susanne. Supply chain myopia and overlapping supply chains. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Santa Barbara, v. 21, n. 4, p. 208-21, 2006.

IGLESIAS, Roberto. *A economia do controle do tabaco nos países do Mercosul e associados*. Washington, DC: Organização Pan-Americana de Saúde, 2006.

IGLESIAS, Roberto *et al*. *Controle do tabagismo no Brasil*. Documento de Discussão – Saúde, Nutrição e População (HNP). Washington, DC: Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento/Banco Mundial/Departamento de Saúde, Nutrição e População. Agosto, 2007.

LIMA, Ronaldo G. Desenvolvimento técnico-produtivo da lavoura de tabaco na bacia hidrográfica do Rio Pardinho/RS. *In*: ETGES, Virgínia E. & FERREIRA, Marcos A. F. (Orgs.). *A produção de tabaco*: impacto no ecossistema e na saúde humana na região de Santa Cruz do Sul/RS. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006, p. 198-224.

LOBO, Eduardo *et al*. Ecotoxicologia aplicada: o caso dos produtores de tabaco na bacia hidrográfica do Rio Pardinho, RS, Brasil. *In*: ETGES, Virgínia E. & FERREIRA, Marcos A. (Orgs.). *A produção de tabaco:* impacto no ecossistema e na saúde humana na região de Santa Cruz do Sul/RS. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006. p. 41-68.

MATTAR, João. *Filosofia e ética na administração*. São Paulo: Saraiva, 2004.

MELO NETO, Francisco P. & FROES, César. *Gestão da responsabilidade social corporativa:* o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOKHIBER, Russell. *Crimes corporativos*. São Paulo: Scritta, 1995.

PARENTE, Juracy *et al*. Varejo socialmente responsável. *In*: PARENTE, Juracy (Coord.). *Responsabilidade social no varejo:* conceitos, estratégias e casos no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2004.

PIRES, Sílvio. *Gestão da cadeia de suprimentos*. São Paulo: Atlas, 2004.

POIRIER, Charles C. & REITER, Stephen E. *Supply chain optimization*. San Francisco: Berret-Koehler, 1996.

SARBUTTS, Nigel. Can SMEs "do" CSR? A practitioner's view of the ways small and medium-sized enterprises are able to manage reputation through corporate social responsibility. *Journal of Communication Management*, London, v. 7, n. 4, p. 340-347, 2003.

SCHICK, Allen *et al*. An integrating framework for the teaching and researching of corporate social responsibility. *Business and Society*, Chicago, n. 24, p. 32-9, 1985.

SCHOMMER, Paula Chies. Empresas e sociedade: cooperação organizacional num espaço público comum. *In*: I ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS – ENEO. *Anais*... Curitiba: Anpad, 2000.

SCHOMMER, Paula Chies; ROCHA, Ana Georgina Peixoto & FISCHER, Tânia. Cidadania empresarial no Brasil: três organizações baianas entre o mercado e o terceiro setor. *In*: XXIII ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD. *Anais*... Foz do Iguaçu: Anpad, 1999.

SINDIFUMO – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO FUMO. Expectativa de 703 mil toneladas. *Sindifumo em Folha*, Santa Cruz do Sul, v. 11, n. 13, p. 3, outubro, 2007.

_____. Varejo responsável. *Sindifumo em Folha*, Santa Cruz do Sul, v. 11, n. 13, p. 11, outubro, 2007a.

_____. *Fumo Limpo, negócio garantido*. Cartilha. Santa Cruz do Sul: Sindifumo, 2007b. 12p. Disponível em: <http://www.sindifumo.com.br>. Acesso em: 22 de dezembro de 2007.

TORRES, João P. M. Aspectos ambientais da produção de tabaco em Santa Cruz do Sul, Sinimbu e Gramado Xavier. *In*: ETGES, Virgínia E. & FERREIRA, Marcos A. F. (Orgs.). *A produção de tabaco:* impacto no ecossistema e na saúde humana na região de Santa Cruz do Sul/RS. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006. p. 69-90.