

V Workshop Empresa, Empresários e Sociedade

O mundo empresarial e a questão social

2 a 5 de maio de 2006

PUCRS

GT 3 - Grupos econômicos e poder político

Certificação no setor de alimentos: um estudo de caso sobre os impactos do selo Garantia de Origem do Grupo Empresarial Carrefour

Cinthia Regina Nunes Reis e Josefa Salete Barbosa Cavalcanti (UFPE)

Resumo

As iniciativas empresariais que visam implementar ações de impactos positivos no âmbito social e ambiental aumentaram consideravelmente a partir de 1990. Tais ações, denominadas pela literatura enquanto Responsabilidade Social da Empresa, têm encontrado na certificação um instrumento objetivo para sua avaliação e, sobretudo, expressão perante a sociedade.

A certificação no setor de alimentos, em linhas gerais, tem focado sua preocupação na questão da segurança alimentar, seguindo critérios de boas práticas agrícolas que, por sua vez, englobam práticas responsáveis com relação ao meio ambiente e o social (destacando-se ações que visam beneficiar os trabalhadores).

Partindo desse pressuposto, pretendemos, no presente artigo, analisar a emergência e os impactos da certificação na cadeia produtiva de alimentos frescos, através de um estudo de caso sobre o Grupo Carrefour e seu selo denominado Garantia de Origem (G.O). O selo Garantia de Origem tem por objetivo “assegurar que as empresas componentes da sua cadeia produtiva adotam um padrão de qualidade específico para seus produtos; respeitam a preservação ambiental e a legislação trabalhista, além de orienta-los para o desenvolvimento de projetos que beneficiem a comunidade” (www.carrefour.com.br/garantiadeorigem).